

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC

MÉMOIRE PRÉSENTÉ À
L'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN LOISIR, CULTURE ET TOURISME

PAR MARIE-HÉLÈNE LA MOTHE

LES PERCEPTIONS DES IMMIGRANTS HAÏTIENS SUR LA CONTRIBUTION
DE LA RADIO ETHNIQUE CPAM (1610 AM) À LEUR INSERTION
À LA SOCIÉTÉ QUÉBÉCOISE

FÉVRIER 2012

Université du Québec à Trois-Rivières

Service de la bibliothèque

Avertissement

L'auteur de ce mémoire ou de cette thèse a autorisé l'Université du Québec à Trois-Rivières à diffuser, à des fins non lucratives, une copie de son mémoire ou de sa thèse.

Cette diffusion n'entraîne pas une renonciation de la part de l'auteur à ses droits de propriété intellectuelle, incluant le droit d'auteur, sur ce mémoire ou cette thèse. Notamment, la reproduction ou la publication de la totalité ou d'une partie importante de ce mémoire ou de cette thèse requiert son autorisation.

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

MAÎTRISE EN LOISIR, CULTURE ET TOURISME (MA.)

Programme offert par l'Université du QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

LES PERCEPTIONS DES IMMIGRANTS HAÏTIENS SUR LA CONTRIBUTION DE LA RADIO ETHNIQUE CPAM (1610 AM) À LEUR INSERTION À LA SOCIÉTÉ QUÉBÉCOISE

PAR

MARIE-HÉLÈNE LA MOTHE

Maryse Paquin, directrice de recherche

Université du Québec à Trois-Rivières

Rosaire Garon, évaluateur

Université du Québec à Trois-Rivières

Jason Lockerhoff, évaluateur

Université du Québec à Trois-Rivières

MÉMOIRE DÉPOSÉ le 06/02/2012

Sommaire

Trois réalités rendent pertinente la réalisation de cette recherche, soit la hausse constante de l'immigration haïtienne au Québec, les difficultés d'insertion à la société d'accueil que vit cette communauté et le délaissement des médias nationaux non représentatifs du paysage multiethnique du Québec vers des médias alternatifs, dont ceux de type ethnique. L'insertion des communautés visées étant au cœur de la mission de ce type de média, nous avons choisi de nous pencher sur le cas de la communauté haïtienne et du média ethnique radiophonique CPAM (1610 AM). L'objectif de la présente recherche est de mieux connaître et comprendre de quelles manières, selon les perceptions des immigrants haïtiens de première génération, la radio ethnique CPAM (1610AM) contribue à leur insertion à la société québécoise selon cinq dimensions, soit juridique, économique, linguistique, personnelle et communautaire, ainsi que politique (Gaudet, 2005). Les résultats, obtenus auprès d'un échantillon formé de huit auditeurs d'origine haïtienne, montrent que CPAM (1610AM), en plus de participer activement, de différentes manières, à chacune des cinq dimensions de l'insertion, remplit cinq fonctions essentielles au cheminement de l'immigrant haïtien vers son insertion à la société québécoise. Nous comparons celles-ci à un véritable tapis rouge vers l'insertion. C'est en contribuant à garder le lien avec la culture d'origine des immigrants haïtiens, en agissant comme médiateur entre les immigrants haïtiens et les Québécois, en offrant un média de qualité, en étant un modèle pour la communauté et en étant au service de cette dernière que CPAM (1610 AM) parvient à contribuer avec autant de réussite à l'insertion des immigrants haïtiens de première génération à la société québécoise.

Table des matières

Sommaire	iii
Table des matières	v
Liste des tableaux	xi
Liste des figures	xiii
Remerciements	xv
Introduction	1
CHAPITRE 1 : Problématique	7
1.1 L'INSERTION DES IMMIGRANTS ET LES MÉDIAS ETHNIQUES COMME SUJET D'ÉTUDE	9
1.1.1 L'état de l'immigration au Québec	10
1.1.2 L'insertion des immigrants au Québec	11
1.1.2.1 Définitions	11
1.1.2.2 Termes et concepts associés	13
1.1.2.3 Dimensions, indicateurs et facteurs facilitants	13
1.1.2.4 État de l'insertion	18
1.1.3 Les médias ethniques au Québec	25
1.1.3.1 Définitions	28
1.1.3.2 Termes et concepts associés	28
1.1.3.3 Législation canadienne	29
1.1.3.4 État de la recherche	30
1.2 LA QUESTION GÉNÉRALE DE RECHERCHE	34
CHAPITRE 2 : Cadre contextuel	37
2.1 CONTEXTE DE LA RECHERCHE	39
2.2 VILLE ÉTUDIÉE	40
2.2.1 Montréal et l'immigration haïtienne	41
2.3 MÉDIA ETHNIQUE ÉTUDIÉ	42

2.3.1 Représentation de la communauté linguistique créole, des Haïtiens et des Noirs dans les médias québécois	42
2.3.2 Paysage médiatique ethnique destiné à la communauté haïtienne	44
2.3.3 CPAM (1610 AM)	46
2.4 GROUPE D'IMMIGRANTS ÉTUDIÉ	46
2.4.1 Histoire de l'immigration de la communauté haïtienne au Canada	47
2.4.2 Le portrait de la communauté haïtienne du Québec	48
2.4.2.1 Le sexe et l'âge	48
2.4.2.2 L'état matrimonial	49
2.4.2.3 Le revenu annuel du foyer	49
2.4.2.4 L'emploi	49
2.4.2.5 La situation des particuliers	51
2.4.2.6 Le dernier niveau de scolarité atteint	51
2.4.2.7 Le nombre d'années depuis l'arrivée au Québec	51
2.4.3 État de l'insertion de la communauté haïtienne	52
2.4.4 Mise en contexte, actualité, etc.	56
2.5 QUESTION SPÉCIFIQUE DE RECHERCHE	58
CHAPITRE 3 : Cadre conceptuel et état de la recherche.....	61
3.1 LE MODÈLE DE LA COMMUNICATION EN CONTEXTE D'INSERTION D'UN IMMIGRANT	64
3.2 LE MODÈLE DES DIMENSIONS DE L'INSERTION D'UN IMMIGRANT	67
3.3 LA THÉORIE DE LA RÉCEPTION ACTIVE	69
3.4 LA THÉORIE DE L'INTÉGRATION SEGMENTÉE	70
3.5 ÉTAT DE LA RECHERCHE SUR LE RÔLE DES MÉDIAS ETHNIQUES SUR L'INSERTION DES IMMIGRANTS	72
CHAPITRE 4 : Méthodologie	77
4.1 STRATÉGIE DE RECHERCHE ET MÉTHODE UTILISÉE	79
4.1.1 Stratégie de recherche	79
4.1.2 Méthode utilisée	80

4.2 MÉTHODE ET INSTRUMENT DE COLLECTE DE DONNÉES	80
4.2.1 Méthode de collecte de données	81
4.2.2 Instrumentation	81
4.2.2.1 Déroulement des entretiens	81
4.2.3 Informations recueillies	81
4.2.3.1 Données sur le profil d'auditeur de CPAM (1610 AM)	82
4.2.3.2 Données sur les perceptions sur CPAM (1610 AM)	82
4.2.3.3 Données sur les perceptions des manières utilisées par CPAM (1610 AM) pour contribuer à l'insertion de la communauté haïtienne à la société québécoise	82
4.2.3.4 Données sociodémographiques	83
4.3 POPULATION ET STRATÉGIES D'ÉCHANTILLONNAGE	83
4.3.1 La population concernée	84
4.3.2 La taille de l'échantillon	84
4.3.3 Procédures d'échantillonnage	85
4.3.4 Portrait de l'échantillon	86
4.3.4.1 Portrait sociodémographique de l'échantillon	86
4.3.4.1.1 Le sexe et l'âge des participants	86
4.3.4.1.2 L'état matrimonial des participants	87
4.3.4.1.3 Le revenu annuel du foyer des participants	87
4.3.4.1.4 L'emploi des participants	87
4.3.4.1.5 Nombre de personnes habitant le foyer des participants	88
4.3.4.1.6 Le dernier niveau de scolarité atteint par les participants	88
4.3.4.1.7 Le nombre d'années depuis l'arrivée des participants au Québec	88
4.3.4.2 Portrait d'auditeurs de CPAM (1610AM) de l'échantillon	89
4.3.4.2.1 Les préférences médiatiques des auditeurs	89
4.3.4.2.2 Les habitudes d'écoute de CPAM (1610 AM)	92
4.3.4.2.3 Les préférences quant aux émissions et aux sujets	93
4.4 STRATÉGIE D'ANALYSE DES DONNÉES	94
4.4.1 Traitement des données	94
4.4.2 Analyse des données	94

4.4.3 Posture d'analyse	95
4.5 ÉTHIQUE	95
4.6 DIFFICULTÉS RENCONTRÉES	96
CHAPITRE 5 : Résultats	99
5.1 PRÉSENTATION DES RÉSULTATS	101
5.1.1 Résultats des questions portant sur les perceptions de l'insertion des immigrants haïtiens à la société québécoise.....	101
5.1.1.1 Insertion juridique	102
5.1.1.2 Insertion économique	106
5.1.1.3 Insertion linguistique	110
5.1.1.4 Insertion personnelle et communautaire	115
5.1.1.5 Insertion politique	121
5.1.2 Présentation des thèmes émergents.....	123
5.1.2.1 CPAM (1610 AM) garde le lien avec la culture d'origine	124
5.1.2.2 CPAM (1610 AM) agit comme médiateur entre les immigrants haïtiens et les Québécois	131
5.1.2.3 CPAM (1610 AM) est un média de qualité	138
5.1.2.4 CPAM (1610 AM) est perçue comme un modèle pour la communauté.....	144
5.1.2.5 CPAM (1610 AM) est au service de la communauté haïtienne de Montréal	154
5.2 ANALYSE, INTERPRÉTATION ET DISCUSSION DES RÉSULTATS	161
5.2.1 Discussion des résultats	161
5.2.2 Présentation du Modèle bonifié	170
5.3 SYNTHÈSE DES RÉSULTATS	173
CONCLUSION	177
RÉFÉRENCES	183
APPENDICES	195
APPENDICE A : Guide d'entretien	195
APPENDICE B : Petite annonce	201
APPENDICE C : Liste des instances contactées et retombées de leur participation.....	205

APPENDICE D : Texte de la publicité radiophonique diffusée sur les ondes de CPAM (1610 AM)	213
APPENDICE E : Portraits des participants présentés individuellement et détails relatifs au contact de chacun d’eux	217
APPENDICE F : Formulaire de consentement des participants	221
APPENDICE G : Lette d’information	225

Liste des tableaux

Tableau 1 : Liste des facteurs reliés aux caractéristiques individuelles.....	19
Tableau 2 : Les cinq dimensions de l’insertion selon Gaudet (2005).....	68
Tableau 3 : Résultats de la Q1 : Consommation médiatique des participants (radio, télévision, imprimés et Internet)	90

Liste des figures

- Figure 1 : Modèle de la contribution de la radio ethnique CPAM (1610 AM) à l'insertion à la société québécoise des immigrants haïtiens, selon leurs perceptions60
- Figure 2 : Le modèle de la communication en contexte d'insertion d'un immigrant, selon Kim (2001), tirée de Bérubé (2009).....65
- Figure 3 : Modèle bonifié de la contribution de la radio ethnique CPAM (1610 AM) à l'insertion à la société québécoise des immigrants haïtiens, selon leurs perceptions172

Remerciements

Je remercie famille et amis, particulièrement mes parents, qui m'ont soutenue et encouragée tout au long de mes études, et mon conjoint, qui a su me ramener sur terre toutes les fois où les obstacles paraissaient infranchissables.

Je souhaite remercier ma directrice de recherche, Maryse Paquin, qui a cru à la concrétisation de ce projet dès ses premiers balbutiements et qui m'a donné confiance en mes capacités à y parvenir.

Je remercie les évaluateurs de ce mémoire, Rosaire Garon et Jason Luckerhoff, qui m'auront permis d'avoir des avis extérieurs sur mon travail.

Je désire également remercier chaleureusement toutes les personnes qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de cette étude, notamment les huit femmes et hommes qui ont bien voulu partager avec moi leur temps et leur perception sur un média qui leur est cher. Enfin, je remercie Jean Ernest Pierre, président directeur général de la radio ethnique CPAM (1610 AM), de m'avoir épaulée lors du fastidieux recrutement de l'échantillon.

Merci à tous.

Introduction

À l'ère de la mondialisation, la hausse de l'immigration, en plus des difficultés d'insertion à la société d'accueil que doivent vivre les personnes issues de l'immigration, ont de quoi susciter l'intérêt. L'insertion, dans le cadre de la présente étude, signifie le processus par lequel l'immigrant s'incorpore à une société d'accueil (Bérubé, 2009). Cette opération se fait en trois processus, soit ceux de l'adaptation, de l'intégration et de l'acculturation. Cette étude présente un survol des concepts d'insertion d'un immigrant à une société d'accueil ainsi que celui de média ethnique, plateforme médiatique généralement dédiée spécifiquement à la communauté à laquelle elle se rattache (Millette, Millette & Proulx, 2010) et, la plupart du temps, mise sur pied et administrée par la communauté ethnoculturelle en question. Sachant que nous vivons une hausse constante de l'immigration au Québec (Statistique Canada, 2009 ; 2010 ; MICC, 2011), qu'il existe des difficultés notoires d'insertion chez les nouveaux arrivants (MICC et MESS, 2010 ; Statistique Canada, 2005 et 2009), que les immigrants sont victimes de racisme (Piché, 2004 ; Joly, 1996), que les médias en général véhiculent le racisme et la discrimination (Potvin, 2004 ; Antonius, 2002), qu'une sous-représentation des immigrants dans les médias nationaux a pour effet que ceux-ci se tournent vers des médias alternatifs, tels les médias ethniques, que l'insertion des immigrants est au cœur des fonctions des médias ethniques (Morley & Robins, 1995; Guyot, 2006), et que la communication relative aux différents canaux médiatiques de la société d'accueil est au cœur du processus d'insertion des immigrants (Kim, 2001), nous nous questionnons à

savoir de quelles manières les médias ethniques contribuent à l'insertion des communautés culturelles à la société d'accueil, et ce, dans un contexte québécois. Dans la foulée des études sur les médias ethniques qui montrent que la consommation de ce type de média par les immigrants joue un rôle sur leur insertion, nous pensons qu'il est crucial de mieux connaître et comprendre ce phénomène, en tentant de décrire, plus spécifiquement, de quelles manières ils y contribuent.

Les résultats d'une étude portant sur l'attachement des communautés culturelles aux médias (Millette, Millette, & Proulx, 2010) nous apprennent que la communauté haïtienne de Montréal est celle qui démontre, et de loin, le plus haut taux d'attachement envers le média ethnique radiophonique (40 %, comparativement à 14 % pour la communauté italienne et à 23 % pour la communauté magrébine). De plus, au moment où les résultats de l'étude de Millette, Millette et Proulx (2010) sont diffusés, Haïti vient à peine de faire face à un terrible tremblement de terre dont l'impact transcende la communauté haïtienne de Montréal, pour s'étendre à l'ensemble de la population québécoise. Ce malheureux événement est extrêmement médiatisé au Québec, notamment en raison de l'importance démographique de la communauté touchée. Lors de la couverture médiatique de cet événement, un média ethnique haïtien est particulièrement sollicité par l'ensemble des médias nationaux, soit la radio CPAM (1610 AM). En regard des deux éléments mentionnés, soit que la communauté haïtienne démontre, et de loin, le plus haut taux d'attachement envers le média ethnique radiophonique (Millette, Millette & Proulx, 2010), conjugué à la place de choix que

semble représenter la radio haïtienne la plus reconnue au sein de la communauté, il nous est permis de penser que les résultats de l'étude de Millette, Millette et Proulx (2010) soient associés à la renommée de CPAM (1610 AM) et de son président directeur général, fondateur et principal animateur, monsieur Jean Ernest Pierre. Enfin, suite au séisme de janvier 2010, nous notons qu'une hausse importante de l'immigration haïtienne se fait sentir au Québec. Ainsi, l'ensemble de ces éléments nous pousse à nous pencher sur le cas particulier de la communauté haïtienne et de son média ethnique radiophonique CPAM (1610 AM). Le but de cette étude consiste à connaître et comprendre, selon les perceptions des membres de la communauté haïtienne de Montréal, de quelles manières CPAM (1610 AM) contribue à leur insertion à leur nouvelle société, et ce, à l'aide des cinq dimensions de l'insertion proposées par Gaudet (2005), soit juridique, économique, linguistique, personnelle et communautaire, de même que politique. C'est dans ce contexte que nous tentons de répondre à la question spécifique de recherche, à savoir :

« De quelles manières, selon les perceptions des immigrants haïtiens de la région métropolitaine de Montréal, la radio ethnique CPAM (1610 AM) contribue-t-elle à leur insertion à la société québécoise ? »

Cette étude, réalisée dans le cadre d'une maîtrise, se divise en cinq chapitres. Le premier d'entre eux expose au lecteur la problématique à l'étude ainsi que le cadre conceptuel. Le second présente la question spécifique de recherche, en plus des détails concernant les spécificités relatives aux questions posées. Le troisième chapitre présente

les modèles et théories utilisés par la chercheuse, ainsi que l'état actuel de la recherche sur l'insertion des immigrants et les médias ethniques. La méthodologie utilisée est exposée au chapitre quatre. Pour sa part, le chapitre cinq présente les différents résultats de recherche obtenus suite à la collecte des données, résultats qui sont ensuite analysés, interprétés puis présentés de façon synthétisée. Enfin, une conclusion rappelle le chemin parcouru et ouvre sur des pistes éventuelles de recherche.

Chapitre 1
Problématique

Dans ce chapitre, nous nous plongeons dans l'univers de l'insertion des immigrants et des médias ethniques comme sujets d'étude. La situation de l'immigration au Québec est établie, pour ensuite faire de même avec celle de l'insertion de ces immigrants en explorant les définitions, les termes et concepts associés ainsi que les facteurs facilitants relatifs au concept d'insertion. Un survol de l'état de la recherche sur ce même concept est ensuite fait. Nous effectuons le même exercice quant au second concept à l'étude, soit celui de média ethnique. Enfin, l'ensemble des réflexions mène à poser la question de recherche portant sur la contribution des médias ethniques à l'insertion des immigrants.

1.1 L'insertion des immigrants et les médias ethniques comme sujet d'étude

À l'ère de la mondialisation, la hausse des mouvements migratoires et les mouvements d'affirmation identitaire à l'échelle du globe qui s'ensuivent ont de quoi occuper les chercheurs. Un excellent outil permettant d'affirmer la double culture des immigrants est le média ethnique, plateforme médiatique généralement consacrée à l'immigrant et à cette double citoyenneté engendrée par l'exil de la terre natale, vers la nouvelle vie dans une société d'accueil. Dans cette section, nous constatons la hausse de l'immigration au Québec, pour ensuite nous pencher sur l'insertion à la société d'accueil que doivent vivre les personnes issues de l'immigration. Ce phénomène amène à regarder du côté

des médias comme outil intégrateur, plus particulièrement ceux de type ethnique, second concept à l'étude.

1.1.1 L'état de l'immigration au Québec

Entre juillet 2009 et juin 2010, c'est 51 516 nouveaux arrivants qui viennent s'installer au Québec (Statistique Canada, 2010), non sans laisser derrière eux leur culture, leur langue, leur coutume ou, encore, leur religion. Bref, il est ici question de leur identité. Dans un bulletin statistique sur l'immigration permanente au Québec, pour l'année 2010 (MICC, 2011), il est stipulé que, pour le quatrième trimestre, le volume des admissions permanentes s'établit à 12 573, soit 7,8 % de plus que le nombre enregistré pour la même période en 2009, où 11 658 immigrants ont été admis. Au quatrième trimestre de 2008, on compte en effet 10 036 nouveaux arrivants. Dans ce même bulletin statistique, les données pour l'ensemble de l'année 2010 annoncent que le Québec a accueilli 53 985 immigrants en 2010, soit une hausse de 9,1 % du nombre de nouveaux arrivants par rapport à l'année 2009, où les admissions se chiffrent à 49 488. En 2008, le mouvement total d'immigrants s'élève à 45 198 admissions (MICC, 2011). L'importance quantitative de l'immigration au pays a pour effet une augmentation des minorités visibles au Canada, population qui croît nettement plus rapidement que l'ensemble de la population, selon les chiffres recensés entre 2001 et 2006. Ces nombres montrent un taux de croissance de 27 % par rapport à 5 % pour la population totale (Statistique Canada, 2009). Les immigrants viennent d'Asie, d'Afrique, des Antilles, d'Amérique du Sud, d'Amérique centrale et du Moyen-Orient. De plus, en 2006,

environ 70 % de la population des minorités visibles au Canada sont nés à l'étranger (Statistique Canada, 2009). Ces minorités immigrantes ne sont pas sans conséquence pour le paysage de la société québécoise, en constante transformation. Mais qu'en est-il de l'insertion de ces immigrants à leur société d'accueil?

1.1.2 L'insertion des immigrants au Québec

Bien que diverses ressources existent afin de permettre aux communautés immigrantes de surmonter leurs difficultés relatives à l'insertion, l'adaptation à une culture, qui n'est pas encore la leur, reste un défi de taille. Les pages qui suivent visent à mieux cerner le concept d'insertion, puisque nous y explorons les différents termes, concepts et définitions qui y sont associés. Nous y répertorions les dimensions, les indicateurs et les facteurs facilitants nécessaires à l'étude de la contribution à l'insertion, en plus de résumer l'état de la recherche sur le sujet, le tout dans un contexte majoritairement québécois.

1.1.2.1 *Définitions*. L'insertion, dans le cadre de la présente étude, signifie le processus par lequel l'immigrant s'incorpore à une société d'accueil (Bérubé, 2009). Cette opération se fait en trois processus, soit ceux de l'adaptation, de l'intégration et de l'acculturation. Legault (2000), dans un texte sur les mécanismes d'inclusion des immigrants et des réfugiés, entend par adaptation le processus par lequel « l'immigrant modifie ses habitudes et son comportement afin de s'insérer dans le groupe des natifs » (Bérubé, 2009, p. 13). Ce processus ne touche que l'immigrant. L'intégration, quant à

elle, « est un processus de l'insertion au cours duquel l'individu migrant développe une nouvelle dimension culturelle qu'il puise dans sa culture d'origine et dans celle de la société d'accueil » (Jandt, 2004 ; Neuliep, 2006, tiré de Bérubé, 2009, p. 13). Thériault (2003) ajoute que « l'intégration correspond [...] à l'ensemble des liens sociaux qui font qu'un individu est inscrit dans une société et en partage les codes » (Bérubé, 2009, p. 13). Ce processus requiert la participation tant des natifs que des immigrants, puisqu'il est placé sous le signe de l'échange. Enfin, le terme acculturation « correspond à l'ensemble des phénomènes qui résultent du contact continu ou répété, direct ou indirect entre des groupes d'individus de cultures différentes. Le processus d'acculturation mène à des changements culturels de l'un ou des deux groupes » (Redfield *et al.*, 1936 ; Barrette *et al.*, 1996 ; Ferréol, 2003, tiré de Bérubé, 2009, p. 14). Piché et Bélanger (1995) notent qu'une intégration réussie est réalisée au moment où les différences entre les groupes d'immigrants et les natifs s'estompent, pour devenir indiscernables. Selon eux, la plupart des chercheurs « conçoivent l'intégration comme un processus pouvant être mesuré sur un continuum allant de la non-intégration (e.g. : quitter le Québec) jusqu'à l'intégration réussie (e.g. : performer au moins aussi bien que la population non-immigrante ou native) » (p. 11). Pour notre part, nous associons plutôt cette définition à l'insertion, c'est-à-dire le processus par lequel l'immigrant s'incorpore à une société d'accueil, opération se faisant en trois processus, soit ceux de l'adaptation, de l'intégration et de l'acculturation, tel que nous l'avons exprimé dans ce paragraphe.

1.1.2.2 *Termes et concepts associés.* Comme le note Dancause (2001), le concept d'intégration à la société d'accueil est assez mal défini. Bien que le sujet fasse l'objet de nombreuses études, l'abondance des angles possibles pour le définir occasionne presque autant de termes à son endroit. On recense les concepts connexes suivants, tous ayant trait au même phénomène : insertion, acculturation, adaptation, assimilation, américanisation, « melting-pot », ajustement, accommodation, marginalité et intégration (Brédimas-Assimopoulos, 1975). En ce qui a trait aux études québécoises, c'est plutôt le concept d'intégration qui est utilisé et qui est de loin préféré à celui d'« assimilation » puisqu'il « implique non pas une adaptation de l'immigrant à une société statique, mais une influence réciproque entre l'immigrant qui n'abandonne pas entièrement sa culture et la société d'accueil » (Piché & Bélanger, 1995, cité dans Dancause, 2001, p. 11). Dans cette étude, afin de traiter du sujet, nous utilisons le terme « insertion » pour désigner l'ensemble du processus, expliqué précédemment, soit les processus d'adaptation, d'intégration et d'acculturation.

1.1.2.3 *Dimensions, indicateurs et facteurs facilitants.* Weinfeld (2000) met en garde les chercheurs qui souhaitent se pencher sur l'insertion des immigrants. Selon lui, les travaux tendent à démontrer que l'immigrant en question doit atteindre un haut degré d'intégration, au sens d'acculturation expliqué précédemment, alors que l'atteinte d'un tel degré prend parfois plusieurs générations.

Nous avons recensé six auteurs qui, pour tenter d'évaluer l'insertion d'un immigrant dans une nouvelle société, proposent différentes dimensions, ainsi que différentes façons de mesurer chacune d'elles, à l'aide d'indicateurs. Cette section se consacre au survol des propositions des auteurs retenus, selon un ordre chronologique de publication.

Le premier auteur, Abou (1981), propose trois dimensions au concept d'intégration. La première, l'intégration de fonctionnement, se mesure par la capacité de l'immigrant à communiquer dans la langue du pays d'accueil et à gagner sa vie de façon autonome. La seconde, l'intégration de participation, se mesure en fonction de son niveau d'actions, dans quelque sphère que ce soit dans la société d'accueil et au rôle qu'il veut jouer dans un domaine d'activités spécifique. La dernière dimension, soit celle des aspirations, se mesure par la décision de l'adulte de lier son avenir et celui de ses enfants aux projets d'avenir du groupe, comme membre à part entière de sa nouvelle société (Dancause, 2001; Bérubé, 2009).

Pour leur part, Piché et Bélanger (1995), suite à une revue des études québécoises sur l'intégration des immigrants, recensent cinq dimensions au concept d'insertion, chacune se mesurant avec de trois à vingt-deux indicateurs. Afin de ne pas alourdir l'exercice, nous ne présentons que quelques-uns des indicateurs proposés par ces auteurs. La première dimension recensée est celle de l'intégration linguistique qui se mesure, entre autres, par la langue maternelle de l'immigrant, par la langue utilisée à la maison, par la langue de contact dans les magasins, au travail, à l'école et dans les réseaux d'amitié,

par la consommation des médias ou, encore, par l'abandon de la langue maternelle. Ainsi, l'adoption du français constitue la norme d'une insertion linguistique réussie à la société québécoise. La seconde dimension recensée est celle de l'intégration culturelle se mesurant, pour sa part, par le sentiment d'appartenance ethnique de l'immigrant, par ses préférences d'associations, par son espoir de retour au pays ou, encore, par son degré d'aisance dans le milieu d'accueil. D'ailleurs, en plus de souligner la difficulté d'établir une norme consensuelle pour cette dimension, les auteurs notent que les indicateurs qui y sont associés sont moins répandus dans l'étude des facteurs qui permettent de mesurer ce type d'insertion. En ce qui a trait à la troisième dimension, soit l'intégration au marché du travail, elle se mesure, entre autres, par le niveau de scolarité de l'immigrant, son statut socio-économique, la concentration dans certaines professions, la stabilité d'emploi ou, encore, par les perceptions de l'immigrant quant au racisme dans ce même marché. La quatrième dimension est celle de l'intégration scolaire, pour laquelle les indicateurs sont, entre autres, ceux du choix de l'école francophone, de l'échec ou de la performance scolaires, de la participation aux activités parascolaires ou, encore, des interactions entre élèves. La norme d'une intégration réussie au marché du travail et à l'école est établie grâce à la moyenne provinciale ou avec celle des populations natives. Par contre, pour ce qui est de l'intégration à l'école, s'il y a consensus sur les mesures de performance scolaire, les auteurs notent qu'il est difficile d'établir des mesures d'intégration ou de non-intégration avec les écarts entre les valeurs véhiculées par l'école et celles des enfants d'immigrants. Enfin, l'intégration résidentielle vient clore les dimensions recensées par Piché et Bélanger (1995). Celle-ci se mesure par la

concentration, par la mobilité et par l'accès à la propriété. Selon les auteurs, les intégrations économique, linguistique et résidentielle semblent relativement faciles à mesurer. En effet, leurs indicateurs respectifs, en plus d'être largement utilisés, semblent faire consensus dans la littérature, dans la mesure où ils ne font pas l'objet de critiques systématiques, comme c'est le cas pour les dimensions culturelle et scolaire.

Le troisième auteur, Kymlicka (1998), propose, tout comme Abou (1981), trois dimensions servant à cerner l'insertion. La première concerne la dimension légale et politique et correspond au statut juridique de citoyenneté de l'immigrant, ainsi qu'à sa participation à des institutions nationales, comme un parti politique. Ensuite, l'auteur propose la dimension linguistique mesurant le désir d'apprendre la langue officielle de la société d'accueil. Enfin, la dimension socioculturelle vient clore le tout en mesurant le degré d'ouverture et d'échange qu'entretient l'immigrant avec des membres de sa nouvelle société, aux plans social et culturel (Bérubé, 2009).

Pour sa part, le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles identifie cinq dimensions dans ses écrits relatifs à l'intégration des immigrants à la société québécoise (Gouvernement du Québec, 1991). Les dimensions se divisent comme suit : l'intégration linguistique qui fait référence à la connaissance de la langue officielle du Québec, l'intégration socioéconomique qui fait référence aux aspects social et économique de la participation de l'immigrant à sa nouvelle société, l'intégration institutionnelle qui fait référence à sa fréquentation des institutions nationales, l'intégration personnelle qui fait

référence à ses pratiques individuelles et l'intégration communautaire qui fait référence à ses activités dans la nouvelle collectivité de l'individu (Bérubé, 2009).

Gaudet (2005) aussi reconnaît cinq dimensions dans l'insertion d'un immigrant à une société d'accueil. La dimension juridique se mesure par le statut juridique conféré à l'individu, ainsi qu'à ses connaissances des lois et des institutions du pays d'accueil. Pour ce qui est de la dimension économique, il s'agit de la capacité de l'immigrant à avoir accès à des revenus et à une mobilité sociale comparables aux citoyens nés dans le pays d'accueil. L'intégration linguistique, quant à elle, se mesure par la capacité de la personne immigrante à utiliser la langue de la société d'accueil, d'abord de façon fonctionnelle puis, dans sa vie privée. Il y a également l'intégration personnelle et communautaire qui se mesure par la capacité de l'immigrant de s'intégrer dans divers domaines, tels que les arts, les activités religieuses, les activités récréatives et sportives, les traditions culinaires et les coutumes vestimentaires. Enfin, l'intégration politique qui se mesure par la participation active aux ressources et aux services de la société d'accueil, de même qu'aux différentes instances décisionnelles (Bérubé, 2009).

Le dernier auteur recensé est Safi (2006) qui identifie aussi cinq dimensions de l'insertion, cette fois-ci dans un contexte français. La première, la dimension socio-économique, s'évalue par le revenu, la situation face à l'emploi, la profession et catégorie socioprofessionnelle (PCS), de même que par la qualité du logement (état, équipement, confort, type). Ensuite, la dimension de la mixité des relations mesure la

mixité matrimoniale, la mixité des contacts, la mixité résidentielle et la mixité au travail. La dimension des normes mesure la distance qui sépare l'immigrant de la modernité en tant que caractéristique fondamentale de la société d'accueil, grâce au choix du conjoint, à l'activité de la femme, à la fécondité et aux pratiques religieuses. La dimension des références culturelles mesure les loisirs (musique, films, journaux, vacances), la cuisine, le respect des interdits religieux et la langue. Enfin, l'appartenance nationale, la dernière dimension proposée par l'auteur, comprend les indicateurs relatifs au retour et à l'enterrement, ainsi qu'à la naturalisation et à l'inscription sur les listes électorales.

En plus des nombreux indicateurs et dimensions relevés, Piché et Bélanger (1995) notent que certains facteurs liés aux caractéristiques des immigrants ressortent comme pouvant jouer un rôle dans le processus d'intégration. Il est en effet question des variables de l'âge, de la connaissance linguistique, de la scolarité, de l'emploi, des attributs culturels, du sexe, de la catégorie d'admission et de la durée de séjour. La section suivante présente, entre autres, les liens qu'entretiennent ces facteurs avec les différentes dimensions de l'insertion, recensées par Piché et Bélanger (1995).

1.1.2.4 *État de l'insertion.* Suite à un bref survol des recherches en lien avec l'insertion, la majorité des chercheurs ont un objectif commun, soit celui de mesurer la qualité de l'insertion des immigrants dans une nouvelle société. La section précédente, consacrée aux multiples dimensions, indicateurs et facteurs qui facilitent leur insertion, illustre bien la multitude de chercheurs s'y intéressant. Comme il existe de nombreuses

recherches sur la mesure de l'insertion, et ce, par rapport à de nombreuses communautés du Québec, nous effectuons le choix d'exposer le travail de Piché et Bélanger (1995). Ceux-ci se penchent sur la réalisation d'une revue des facteurs d'insertion mentionnés précédemment en examinant les recherches faites sur le sujet en contexte québécois, et ce, en fonction de leur pertinence et de leur exhaustivité. Ces auteurs parviennent ainsi à faire une synthèse de la littérature en lien avec les facteurs reliés aux caractéristiques individuelles des immigrants et le type d'intégration touché. Le Tableau 1 présente les facteurs conditionnant de façon déterminante les différents types d'intégration, selon Piché et Bélanger (1995, p. 30).

Tableau 1

Liste des facteurs reliés aux caractéristiques individuelles

Facteurs	Types d'intégration				
	Culturelle	Linguistique	Résidentielle	Travail	Scolaire
1) Âge	X	X	X	X	
2) Connaissance linguistique	X	X	X	X	X
3) Scolarité			X	X	
4) Caractéristiques économiques	X	X	X	X	X
5) Attributs culturels	X	X	X		
6) Sexe	X	X		X	
7) Catégories d'admission	X		X	X	X
8) Durée de séjour	X	X	X	X	X

Le tableau ci-dessus présente huit facteurs d'intégration liés aux caractéristiques individuelles des immigrants, soit l'âge, la connaissance linguistique, la scolarité, les

caractéristiques économiques, les attributs culturels, le sexe, la catégorie d'admission et la durée de séjour. À ces facteurs, cinq dimensions de l'insertion sont associées, soit culturelle, linguistique, résidentielle, professionnelle (travail) et scolaire. Sans que nous ayons besoin de détailler chacun des résultats qui mènent à cette synthèse, nous pouvons imaginer l'importance du nombre de recherches effectuées permettant de mieux cerner la mesure de l'insertion des immigrants à une nouvelle société.

Au Québec, le recours à l'aide sociale est un signe de difficulté à s'intégrer au marché du travail. Dans les faits saillants d'une enquête menée par le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC) et le ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale (MESS), sur le recours au programme d'aide sociale par les immigrants de la catégorie des travailleurs qualifiés (MICC & MESS, 2010), nous apprenons que le recours à l'aide sociale par la population immigrante récente est préoccupant. Cette préoccupation est d'autant plus vive lorsqu'il s'agit d'immigrants provenant de la catégorie des travailleurs qualifiés, c'est-à-dire qui sont sélectionnés en fonction de caractéristiques susceptibles de faciliter leur intégration rapide et harmonieuse au marché du travail. En effet, les dernières années montrent un accroissement très significatif des admissions d'immigrants de cette catégorie au Québec et d'une augmentation du nombre d'entre eux qui ont eu recours à l'aide sociale (MICC & MESS, 2010).

Une autre publication gouvernementale (Statistique Canada, 2009) souligne que l'intégration au marché du travail canadien est difficile pour les immigrants, particulièrement au départ. À cet effet, en 2007, on note que les immigrants de 25 à 54 ans ayant fait des études universitaires et qui sont établis au Canada depuis moins de 5 ans sont moins susceptibles d'avoir un emploi que leurs compatriotes nés au Canada, qu'importe le pays où ces études ont été faites. Une relation est aussi établie entre la durée de la présence au Canada et la hausse du taux d'emploi des immigrants.

Les faits saillants d'une enquête longitudinale réalisée auprès d'immigrants du Canada (Statistique Canada, 2005) montrent que de nombreux immigrants éprouvent des difficultés à déménager dans leur nouveau pays. Les difficultés les plus notoires sont de se trouver un emploi, de se faire reconnaître leur expérience de travail ou leurs titres de compétence obtenus à l'étranger, d'avoir des ennuis financiers et de ne pas maîtriser la langue.

De plus, toujours dans un contexte d'insertion à la société d'accueil, il est attirant de supposer qu'un immigrant qui maintient une activité économique avec son pays d'origine montre des difficultés d'insertion. À ce sujet, Dancause (2001) étudie, dans le cadre de son mémoire, la nature du lien entre l'intégration des immigrants et les activités transnationales dans lesquelles ils sont impliqués. Une série d'entrevues, réalisée avec des membres de la communauté dominicaine de Montréal, impliqués à divers degrés dans des activités transnationales, que ce soit aux plans politique, économique ou

culturel, permet de rejeter l'hypothèse de départ, soit que l'implication des immigrants dans les activités transnationales intensives est liée à une moindre intégration de ceux-ci à la société québécoise. À cet effet, les résultats obtenus par Dancause (2001) montrent que l'implication dans des activités transnationales n'est pas liée à un faible degré d'intégration : les Dominicains impliqués dans les activités transnationales les plus intensives montrent une aussi grande facilité d'intégration que ceux qui le sont moins, en plus de démontrer un plus grand dynamisme à la réussite de cette intégration. L'implication dans les activités transnationales intensives semble alors illustrer une capacité de certains immigrants à évoluer dans les deux univers à la fois, soit celui de la société d'accueil et celui de la société d'origine.

Le racisme qu'éprouvent les membres d'une société d'accueil envers les immigrants qui s'y installent n'est pas pour aider à l'insertion de ceux-ci. Piché relève, dans un article sur l'immigration et l'intégration linguistique (2004), puisé dans les travaux de Joly (1996) traitant de la réceptivité sociale en contexte d'immigration, en faisant référence à un sondage basé sur un échantillon de 2 203 personnes représentatif de l'ensemble de la population du Québec, que 15 % des personnes interrogées disent qu'il est désagréable d'avoir comme voisins des membres des minorités visibles, que pour 22 % d'entre eux cela les dérangerait de voir un membre de leur famille avec un conjoint issu d'une minorité visible, que 45 % sont d'accord que la société québécoise accepte mal les immigrants et que 34 % pensent qu'il y a trop d'immigrants au Québec (Joly, 1996, tiré de Piché, 2004). « Le tableau le plus inquiétant demeure celui qui concerne le sentiment

d'être à l'aise en présence d'individus de différents groupes culturels (Joly, 1996, tableau 4.20). À cet effet, 30 % de l'échantillon ne serait pas à l'aise en présence de « Noirs antillais anglophones », 32 % en présence d'Arabes, 29 % en présence d'Indo-pakistanaï » (Piché, 2004, p. 17).

Dans un texte sur le racisme et la discrimination au Québec, Potvin (2004) dénonce le rôle des médias qui, selon elle, « contribuent à constituer, orienter ou soupeser l'opinion publique à l'aide de sondages souvent commandés et publiés par eux » (p. 6). Les médias peuvent alimenter une perception racisante ou problématique de certaines minorités, voire même répandre des stéréotypes là où les contacts intergroupes sont inexistants, comme dans certaines régions » (p. 6). De plus, pour illustrer son propos, l'auteure cite en exemple le traitement médiatique des dossiers du port du Kirpan Sikh et celui du Hidjab à l'école, qui a laissé libre cours à l'expression de préjugés à l'égard de groupes dans les pratiques religieuses menaçant de bouleverser la société québécoise. De surcroît, suite au 11 septembre 2001, un racisme structuré envers les membres des communautés arabe et musulmane se fait sentir dans la couverture médiatique issue des terribles événements (Antronus, 2002). Bref, c'est en se manifestant au sein de débats publics controversés que les médias participeraient au racisme (Potvin, 2004).

Cette fois-ci, dans un contexte hors-Québec, James (2009), dans une étude sur la qualité de l'insertion des immigrants s'étant établis à la Barbade et à Antigua, utilise les journaux pour étudier les perceptions, les interactions et les échanges entre les natifs et

des immigrants par rapport aux contextes et aux discours culturels, sociaux et politiques des sociétés respectives. Sans mesurer directement l'état d'insertion des immigrants, il résulte de l'étude que la situation sociale et politique dans les îles, et le scepticisme et l'ambivalence des immigrants et des citoyens les uns envers les autres, produit de la tension entre eux. En effet, d'un côté, si les natifs s'attendent à ce que les immigrants s'assimilent, les immigrants, et particulièrement ceux qui prennent la peine de prendre leur place dans le paysage médiatique, s'attendent à ce que leurs pratiques et leurs aspirations soient acceptées dans leur nouvelle société. L'auteur note le rôle très important qu'ont à jouer les médias en termes de représentation et de présentation des immigrants. Selon le chercheur, comme toute autre institution, les médias se doivent d'aider à cultiver les valeurs et les attitudes qui permettent à tous les membres d'une société de développer une appréciation réciproque.

Insertion et médias font, en effet, bon ménage dans la littérature. Bérubé (2009), dans sa thèse de doctorat, examine les contributions des médias de masse hôtes à l'insertion des immigrants à une société d'accueil. Mettant à l'avant-plan l'augmentation des mouvements migratoires, les problèmes de non-insertion et la non-représentation de la diversité humaine dans les médias, cette recherche qualitative investigue les effets, la réception et les contenus des médias de masse auprès d'immigrants provenant de l'Amérique latine en processus d'insertion dans la ville de Québec. Notamment, les résultats exposent que les médias de masse hôtes représentent des agents d'information sur la société d'accueil en général, d'immersion linguistique, de socialisation avec

l'Autre, d'agenda (mettre à l'agenda des activités de la société d'accueil) et d'insertion (participent aux processus d'adaptation, d'intégration et, éventuellement, à d'acculturation) auprès des immigrants qui s'incorporent à une société d'accueil.

À la lumière des résultats recensés, nous pouvons affirmer que nous cernons mieux le concept d'insertion, notamment en contexte québécois. Étant donné le fait que les médias ont un certain rôle à jouer dans l'insertion des immigrants à une nouvelle société, nous explorons un second concept plus en détails, soit celui de média ethnique.

1.1.3 Les médias ethniques au Québec

Le Québec, comme bien d'autres sociétés accueillant des migrants, est aux prises avec un problème de sous-représentation de la diversité humaine dans ses médias, tant du point de vue de la représentation quantitative de ses immigrants que de la représentation stéréotypée de ces derniers. En effet, beaucoup d'études démontrent que le paysage médiatique du Québec n'est pas représentatif des minorités ou de la multiethnicité de sa population (Berneman, 1997; Giroux & Sénéchal, 1996; Proulx & Bélanger, 1996a ; 1996b) ou, encore, que les médias québécois véhiculent une image négative des immigrants (Joly, 2005), ce qui crée un manque d'intérêt de la part des communautés ethnoculturelles envers les médias nationaux. Comme Guyot (2006) le note, la présence des minorités dans l'espace public se doit d'être organisée par la mise en place de dispositions législatives ou, encore, de politiques de protection, afin d'offrir aux groupes minoritaires une reconnaissance de statut officiel. D'ailleurs, face au constat de la sous-

représentation de la diversité humaine dans les médias québécois, le Conseil des relations interculturelles du Québec émet un avis, en 2009, proposant une représentation et un traitement équitables de la diversité dans les médias et la publicité (CRI, 2009). Parallèlement à cette situation, depuis maintenant une vingtaine d'années, nous assistons à un développement exponentiel des réseaux numériques hertziens, satellitaires et câblés, en plus d'une accessibilité grandissante à Internet. C'est grâce à ces technologies que les immigrants ont maintenant la possibilité de se tourner vers d'autres types de médias, qu'Arjun Appadurai (1996) nomme les « médias diasporiques » (tiré de Aouida, 2009, p. 136). Souvent plus représentatifs de leurs intérêts et de leur culture, ces médias offrent aux migrants la chance de conserver un lien avec leur pays d'origine. Cette situation a pour effet d'offrir une variété de canaux médiatiques et des perspectives nouvelles pour les communautés qui cherchent une alternative aux messages des médias dominants (Guyot, 2006). Ainsi, les communautés ethnoculturelles du Québec se tournent vers d'autres médias, tels les médias de leur pays d'origine, les médias anglophones ou, encore, les différentes plateformes web, sans oublier les médias ethniques, médias que l'on connaît très peu malgré l'importance de leur existence. À ce sujet, Lachance (1994), qui s'intéresse à la question de la consommation médiatique des immigrants, affirme que 27 % de l'écoute de ces communautés du Québec va aux chaînes francophones, contre 64 % aux chaînes anglophones et 9 % aux chaînes ethniques, alors que 70 % des personnes déclarent pourtant pouvoir s'exprimer en français (Lachance, 1994, tiré de Proulx & Bélanger, 2001, p. 121).

Toujours en lien avec la représentation des minorités dans les médias québécois, partant du fait que les minorités visibles désertent les médias francophones pour se rallier aux médias anglophones, plus à leur image, Aouida (2009) se penche sur la consommation des médias des populations venues d'Algérie, du Maroc et de la Tunisie. Puisque ces populations francophones ont maintenant accès aux médias de leur pays d'origine, par l'entremise d'une antenne ou d'Internet, le chercheur avance l'hypothèse que les Maghrébins délaissent les médias québécois au profit des médias non pas anglophones, mais arabophones. Ceux-ci ont une triple vocation, soit celle de véhiculer des images et des valeurs reposant sur l'Islam et la langue arabe, de rejoindre leurs ressortissants vivants à l'étranger, puis de faire des télévisions arabes un moyen lucratif ainsi qu'un enjeu de pouvoir.

Le paysage médiatique ethnique montréalais est assez important. En 2011, la métropole compte 53 médias ethniques écrits, cinq médias ethniques radiophoniques et un média ethnique télévisuel¹. À eux tous, ces médias ethniques couvrent les communautés allemande, arabe, arménienne, autochtone, bangladeshie, bulgare, chinoise, coréenne, grecque, guyanaise, haïtienne, hispanophone, indienne, iranienne, italienne, japonaise, juive, noire anglophone, pakistanaise, philippine, polonaise, portugaise, roumaine, russe, sud-asiatique et vietnamienne, sans oublier de diffuser dans les langues s'y rapportant, incluant parfois le français et l'anglais. Mais qu'est-ce qu'un média ethnique ?

¹ Répertoire des médias pour la région de Montréal. Page web consultée le 14 mars 2011 de <http://www.montreal.gouv.qc.ca/medias/RepertoireMedia.asp?Region=Montreal&Filtre=Tous>

1.1.3.1 *Définition.* Les médias ethniques sont généralement dédiés spécifiquement à la communauté à laquelle ils se rattachent (Millette, Millette & Proulx, 2010). De plus, la plupart du temps, les médias ethniques sont mis sur pied et administrés par la communauté ethnoculturelle en question. Par contre, pour des raisons financières et techniques, et bien que la demande soit forte quant à l'obtention de fréquences radio et télé, le CRTC oblige les médias à caractère ethnique à desservir plusieurs communautés ethnoculturelles du territoire couvert (CRTC, 1999). Par ailleurs, il est important de faire la différence entre ce type de médias et le type dit « multiculturel » ou, encore, « multiethnique ». Pour leur part, ces médias diffusent des contenus spécifiques aux différentes communautés présentes sur leur territoire de diffusion, notamment en raison de l'obligation émise par le CRTC de consacrer une partie de la programmation aux minorités du territoire desservi.

1.1.3.2 *Termes et concepts associés.* En ce qui a trait aux différents termes utilisés dans la littérature, ils restent assez uniformes. Du côté anglophone, on peut parfois recenser celui de *minority media*. Leclerc (2001) note que le concept de minorité en est un de difficile à saisir. Cette situation est, en effet, due au fait que les critères pour distinguer les minorités sont nombreux et souvent interreliés, que l'on parle de minorités linguistiques, ethniques, religieuses, raciales, culturelles, politiques ou d'une combinaison d'entre elles. On associe alors le terme de minorité à l'infériorité numérique (Leclerc, 2001, tiré de Guyot, 2006, p. 123). Toutefois, le terme fréquemment utilisé dans la littérature est celui d'*ethnic media*. Au Québec, ce sont plutôt les termes

médias culturels, médias communautaires ou médias ethniques que l'on retrouve, et ce, de manière indifférenciée. Cette manière de les nommer existe malgré la tendance à utiliser les termes communautés culturelles plutôt que communautés ethniques, lorsqu'il est question d'immigrants ou de personnes issues de l'immigration (Millette, Millette & Proulx, 2010). Dans le cadre de ce travail, les termes médias ethniques et médias à caractère ethnique sont utilisés indistinctement afin de désigner ce type spécifique de média reconnu par le CRTC.

1.1.3.3 *Législation canadienne.* Comme tous les types de médias radiodiffusés au Canada, les médias ethniques doivent respecter une législation émise par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). Dans la Loi sur la radiodiffusion (1991), l'un des objectifs indique que le système canadien de radiodiffusion devrait répondre aux besoins et aux intérêts de la société canadienne, ainsi que refléter les conditions et les aspirations de la dualité linguistique et de la nature multiculturelle et multiraciale, notamment par sa programmation (Loi sur la radiodiffusion, 1991, article 3d) (iii); CRTC, 1999). Afin de répondre à cet objectif, l'une des principales mesures entreprises par le CRTC, en plus d'une attribution accrue de licences à des stations ethniques de langue tierce, est d'appuyer cette approche grâce à une politique relative à la radiodiffusion spécifiquement à caractère ethnique. Selon la Politique relative à la radiodiffusion à caractère ethnique du CRTC, « les émissions à caractère ethnique sont des émissions orientées vers des groupes à caractéristiques culturelles ou raciales distinctes, autres que du Canada autochtone, ou encore de la

France ou des îles Britanniques » (CRTC, 1999, article 9). Les stations de radio et de télévision à caractère ethnique doivent consacrer au moins 60 % de leur grille horaire à des émissions à caractère ethnique, en plus de consacrer au moins la moitié de leur grille horaire à des émissions dans les langues tierces, autres que le français, l'anglais ou une langue autochtone, et ce, afin de garantir le reflet de la diversité linguistique du Canada. Enfin, la politique relative à la radiodiffusion à caractère ethnique stipule que les diffuseurs en question se doivent de refléter les questions et les préoccupations locales (CRTC, 1999).

1.1.3.4 *État de la recherche*. La plupart du temps, la littérature a davantage tendance à traiter des différentes fonctions des médias des minorités, concept englobant plusieurs possibilités de minorités, dont celle de l'ethnicité. Selon Goban-Klas (1989), les médias minoritaires ont deux fonctions principales, soit « celle de lutter en faveur des droits des minorités et celle de donner aux membres d'une minorité un sentiment identitaire, d'augmenter leur cohésion sociale et de procurer une issue au mal du pays et à l'isolement dans un environnement étranger et hostile » (Goban-Klas, 1989, cité dans Guyot, 2006, p. 130). D'autres auteurs ajoutent que les médias destinés aux minorités permettent d'affermir l'aspect identitaire et d'aider à l'intégration à la société d'accueil. Plus précisément, « l'accès aux médias concrétise la reconnaissance et permet de toucher ou de désensibiliser une audience plus vaste, de populariser une cause, d'affermir des traits identitaires, et ce, en transcendant les frontières géographiques » (Morley & Robins, 1995, dans Guyot 2006, p. 121).

Deuze (2006, cité dans Millette, Millette & Proulx, 2010), de son côté, explique « le succès des médias culturels, communautaires et diasporiques dans la foulée d'une mouvance sociale plus vaste : la réaffirmation de communautés s'articulant autour d'opposition, de collaboration et de participation médiatiques en tous genres à l'échelle du globe » (p. 263). Toujours selon l'auteur, « saisir la communauté dans un tel contexte place son ressort identitaire en lien direct avec des pratiques médiatiques participatives contribuant à nourrir l'attachement à la communauté » (p. 4). D'ailleurs, au chapitre suivant, dans son modèle des dimensions et des facteurs d'insertion, Kim (2001) propose la dimension des communications sociales ethniques de masse de la société hôte, soit les médias ethniques, comme étant au cœur du processus d'insertion du nouvel arrivant.

Comme Johnson (2010) le souligne, le développement théorique au sujet des médias ethniques n'est pas aussi rapide que la recherche sur ces derniers. Dans le contexte actuel de progression de ce type de médias, l'auteure, suite à la présentation d'une organisation visuelle de la littérature sur les médias ethniques, propose d'y incorporer les concepts relatifs à la théorie de l'auto-catégorisation (Turner, 1987), modèle théorique qui peut permettre, tant aux chercheurs qualitatifs qu'aux quantitatifs, de se pencher sur les analyses de contenu ou, encore, sur les producteurs et les consommateurs de médias ethniques. Soutenant que la théorie de l'auto-catégorisation peut être utile à l'analyse des médias ethniques, Johnson vise à augmenter la connaissance et la compréhension de ce que subissent les consommateurs ethniques de ce type de média et n'oublie pas de proposer des méthodes de raffinement et de mise à l'épreuve de son modèle théorique.

- Traitement médiatique de la diversité

Un article d'actualité se propose d'examiner le traitement de la question de la diversité au Québec, et ce, du point de vue d'un journal communautaire maghrébin, le Atlas.Mtl (René & Antonius, 2009). L'analyse réalisée montre que cet imprimé, contrastant avec d'autres journaux plus radicaux, montre une ouverture à la diversité d'opinions, adopte un ton généralement conciliant, qui ne rejette pas globalement les avantages d'un système libéral et laïque et adopte une approche non-conflictuelle. Ce média ethnique en est un d'informateur plutôt que de revendicateur, tout en se préoccupant des situations d'inégalité entre les citoyens d'origine maghrébine et le groupe majoritaire. L'orientation générale de l'Atlas.Mtl est celle d'une identité arabo-musulmane laïque, modérée et libérale, spécifiquement maghrébine, qui assume son appartenance à une société québécoise laïque et qui fait partie de la diaspora internationale maghrébine.

- Pratiques médiatiques

Dans un rapport de recherche sur les pratiques médiatiques et les activités culturelles des personnes issues de l'immigration, le ministère de la Culture et des Communications (MCC, 1999) montre que le milieu linguistique des individus est l'aspect qui influence le plus la consommation des médias ethniques, tout juste avant celui du nombre d'années de scolarité. À ce titre, chaque milieu linguistique a des habitudes propres quant à sa consommation médiatique. En ce qui a trait aux résultats sur les médias ethniques, l'étude révèle que les personnes issues du milieu francophone sont intéressées par ce type de média même s'il n'occupe qu'une parcelle de leur temps de

consommation. Si l'intérêt du milieu anglophone pour les médias ethniques se compare à celui du milieu francophone, dans le cas du milieu parlant la langue d'origine, les médias de type ethnique occupent une place très importante dans ce milieu. En effet, les journaux ethniques y sont beaucoup plus populaires que les quotidiens montréalais, la radio ethnique au moins aussi écoutée que la radio anglophone et la télévision ethnique plus populaire que dans les milieux parlant le français et l'anglais. Enfin, peu importe le milieu linguistique, ce type de média intéresse davantage les personnes moins scolarisées, c'est-à-dire ayant complété une septième année ou moins (MCC, 1999).

- Attachement aux médias

Une récente recherche sur l'attachement des communautés culturelles aux médias (Millette, Millette & Proulx, 2010) explore la possibilité que ceux-ci contribuent à la création d'un sentiment d'appartenance envers une communauté, notamment grâce aux technologies de l'information et des communications de plus en plus accessibles et qui permettent de garder un lien avec le pays d'origine des Néo-Québécois ainsi que d'en fréquenter les médias, notamment via Internet et les antennes paraboliques. En sondant les communautés montréalaises italienne, magrébine et haïtienne sur leurs habitudes d'écoute, les auteurs notent que l'attachement aux médias ethniques ou à ceux du pays d'origine ne se fait pas au détriment des médias du pays d'accueil. En effet, les communautés étudiées sont qualifiées par les auteurs comme ayant des identités doubles intégrées, puisqu'elles semblent entretenir un attachement à la fois aux médias du pays d'accueil et à ceux du pays d'origine.

1.2 La question générale de recherche

Au cours de ce chapitre, nous avons effectué un survol des concepts d'insertion d'un immigrant à une société d'accueil ainsi que celui de média ethnique, et ce, en les définissant, en présentant les différents termes et concepts associés utilisés dans la littérature. Nous avons également présenté certaines des théories et des lois s'y rattachant. Enfin, nous avons résumé l'état de la recherche pour chacun d'eux. Suite à la présentation de ces concepts, sachant que nous vivons une hausse constante de l'immigration au Québec (Statistique Canada, 2009 et 2010 ; MICC, 2011), qu'il existe des difficultés notoires d'insertion chez les nouveaux arrivants (MICC et MESS, 2010 ; Statistique Canada, 2005 et 2009), que les immigrants sont victimes de racisme (Piché, 2004 ; Joly, 1996), que les médias en général véhiculent le racisme et la discrimination (Potvin, 2004 ; Antonius, 2002), qu'une sous-représentation des immigrants dans les médias nationaux a pour effet que ceux-ci se tournent vers des médias alternatifs, tels les médias ethniques, que l'insertion des immigrants est au cœur des fonctions des médias ethniques (Morley & Robins, 1995; Guyot, 2006) et que la communication relative aux différents canaux médiatiques de la société d'accueil est au cœur du processus d'insertion des immigrants (Kim, 2001), nous nous questionnons à savoir de quelles manières les médias ethniques contribuent à l'insertion des communautés culturelles à la société d'accueil, et ce, dans un contexte québécois. Dans la foulée des études sur les médias ethniques qui montrent que la consommation de ce type de média par les immigrants joue un rôle dans leur insertion, nous pensons qu'il est crucial de mieux connaître et comprendre ce phénomène, en tentant de décrire, plus spécifiquement, de

quelles manières les médias ethniques contribuent à l'insertion des communautés culturelles à la société d'accueil. Malheureusement, les études en lien avec l'insertion des immigrants ne laissent pas souvent entendre leur propre version de la situation. C'est dans l'optique de laisser la parole aux principaux intéressés que la question générale propre à ce travail est :

« De quelles manières, selon les perceptions des immigrants, les médias ethniques contribuent-ils à leur insertion à la société d'accueil ? ».

Trois réalités rendent pertinente la réalisation de cette recherche, soit la hausse constante de l'immigration au Québec, les difficultés d'insertion à la société d'accueil par les immigrants et le délaissement des médias nationaux non représentatifs du paysage multiethnique du Québec vers des médias alternatifs, dont ceux de type ethnique.

Afin de présenter plus en détails notre question spécifique de recherche, le prochain chapitre porte sur le cadre contextuel de celle-ci. Nous nous penchons sur la ville, sur le média ethnique, ainsi que sur la communauté d'immigrants étudiés, et ce, afin de mieux situer le contexte dans lequel la présente étude est menée.

Chapitre 2

Cadre contextuel

Dans ce chapitre, afin de présenter plus en détails notre question spécifique de recherche, nous nous penchons sur la ville, sur le média ethnique, ainsi que sur la communauté d'immigrants étudiés, pour mieux situer le contexte dans lequel la présente étude est menée. Nous présentons également le modèle conceptuel sous-jacent à notre étude, que nous tentons de bonifier lors de l'analyse et de la synthèse des résultats, en fin de parcours.

2.1 Contexte de la recherche

En février 2010, a eu lieu à l'Université du Québec à Montréal (UQÀM), un colloque au cours duquel les résultats d'une étude portant sur l'attachement des communautés culturelles aux médias (2010) ont été diffusés. Menée par le Groupe de recherche et d'observation sur les usages et cultures médiatiques de l'UQÀM (GRM-UQAM), l'étude, qui porte sur trois importantes communautés ethnoculturelles au Québec, soit italienne, magrébine et haïtienne, révèle que la communauté haïtienne de Montréal est celle qui démontre, et de loin, le plus haut taux d'attachement envers le média ethnique radiophonique (40 %, comparativement à 14 % pour la communauté italienne et à 23 % pour la communauté magrébine). De plus, au moment où les résultats de l'étude de Millette, Millette et Proulx (2010) sont diffusés, Haïti vient à peine de faire face à un

terrible tremblement de terre dont l'impact a transcendé la communauté haïtienne de Montréal, pour s'étendre à l'ensemble de la population québécoise. Ce malheureux événement est extrêmement médiatisé au Québec, notamment en raison de l'importance démographique de la communauté touchée. Lors de la couverture médiatique de cet événement, un média ethnique haïtien est particulièrement sollicité par l'ensemble des médias nationaux, soit la radio CPAM (1610 AM). En regard des deux éléments mentionnés, soit que la communauté haïtienne démontre, et de loin, le plus haut taux d'attachement envers le média ethnique radiophonique (Millette, Millette & Proulx, 2010), conjugué à la place de choix que semble représenter la radio haïtienne la plus reconnue au sein de la communauté, il nous est permis de penser que les résultats de l'étude de Millette, Millette et Proulx (2010) sont associés à la renommée de CPAM (1610 AM) et de son président directeur général, de même que fondateur et principal animateur, monsieur Jean Ernest Pierre. Enfin, suite au séisme de janvier 2010, nous notons qu'une hausse importante de l'immigration haïtienne se fait sentir au Québec. Ainsi, l'ensemble de ces éléments nous pousse à nous pencher sur le cas particulier de la communauté haïtienne et de son média ethnique radiophonique CPAM (1610 AM).

2.2 Ville étudiée

Le lieu dans lequel prend place cette étude se trouve à être la région métropolitaine de recensement de Montréal (RMRM). Cette dernière, se déployant sur plus de 4 000 kilomètres carrés, comprend les régions administratives de Montréal et de Laval dans leur totalité, ainsi qu'une partie de celles de la Montérégie, des Laurentides et de

Lanaudière. Au Québec, la RMRM représente le plus important bassin de population en plus du plus imposant centre économique. Au recensement de 2006, sa population regroupe 48 % des Québécois². De plus, les données du MICC, pour l'année 2010, concernant l'immigration permanente au Québec pour les immigrants admis montrent que les trois principales destinations projetées pour s'installer sont la région administrative de Montréal (71,7 %), la région de la Montérégie (8,0 %) et la région de Laval (5,6 %) (MICC, 2011).

2.2.1 *Montréal et l'immigration haïtienne.* Au Québec, la taille de la communauté haïtienne atteint 91 435 individus, selon les données de 2006 (MICC, 2010). Dans un portrait statistique sur la population d'origine haïtienne recensée au Québec, en 2006, on apprend que 93,8 % de ces personnes résident dans la RMRM. Plus précisément, 67,1 % habitent la région administrative de Montréal, 13,4 % habitent celle de Laval et 9,5 % habitent la Montérégie. En ce qui a trait à la ville de Montréal, les personnes d'origine haïtienne se concentrent principalement dans trois arrondissements, soit ceux de Villeray-Saint-Michel-Parc-Extension (19,9 %), de Montréal-Nord (19,4 %) et de Rivières-des-Prairies-Pointe-aux-Trembles (16,0 %) (MICC, 2010). Dans un autre bulletin statistique, cette fois-ci ayant trait à l'immigration permanente au Québec (2011), on s'aperçoit que, pour le quatrième trimestre, le volume des admissions permanentes selon les principaux pays de naissance s'établit à 1 340 individus pour

² Ministère des affaires municipales, régions et occupation du territoire (Québec). Page web consultée le 18 mars 2011 de <http://www.mamrot.gouv.qc.ca/metropole/portrait/region-metropolitaine-de-montreal>.

Haïti, plaçant ce pays au premier rang. Pour leur part, les chiffres pour l'ensemble de l'année 2010 montrent qu'Haïti est au quatrième rang des admissions permanentes, avec 3 614 individus admis. Lorsqu'on s'attarde à la région des Antilles, on recense une hausse de 65,8 % des admissions permanentes, soit la plus importante de l'année, toutes régions de naissance confondues. Enfin, on note aussi une hausse importante du nombre de nouveaux arrivants originaires des Antilles (+925 personnes), puisque le nombre d'individus en provenance d'Haïti a considérablement augmenté (+902 personnes) comparativement à l'année précédente (MICC, 2011).

2.3 Média ethnique étudié

Nous présentons d'abord l'état de la représentation linguistique créole, des Haïtiens et des Noirs dans les médias québécois, afin de spécifier le média ethnique à l'étude. Ensuite, nous étudions le paysage médiatique ethnique destiné à la communauté haïtienne de Montréal pour nous attarder à un média ethnique en particulier, la radio CPAM (1610 AM).

2.3.1 Représentation de la communauté linguistique créole, des Haïtiens et des Noirs dans les médias québécois. Dans un texte sur la représentation des communautés immigrantes à la télévision francophone du Québec, Proulx et Bélanger (2001) s'intéressent aux perceptions de cinq communautés linguistiques, dont la communauté créole (Haïti). Les chercheurs annoncent que les répondants des communautés immigrantes participant à leur étude ne se sentent que peu ou pas représentés

adéquatement à la télévision francophone. En plus de noter « la *fermeture* de la télévision francophone face aux membres des communautés culturelles et aux thématiques qui les intéressent, ainsi qu'une absence d'informations internationales » (p. 126), les participants dénoncent le manque de représentativité des communautés culturelles à la télévision québécoise, en comparaison avec leur poids démographique et la diversité des communautés du Québec (p. 137).

Or, Bérubé (2007), qui s'intéresse à la diversité culturelle québécoise dans les médias francophones, propose une étude sur la représentation de la diversité culturelle québécoise dans la publicité télévisée francophone. Dans le but de savoir si les représentations des Québécois d'origines ethniques différentes sont proportionnelles à leur nombre dans la société et si elles perpétuent des stéréotypes, l'auteure analyse, en premier lieu, toutes les publicités diffusées sur une semaine par les quatre grandes chaînes de la télévision québécoise francophone, soit Télé-Québec, Radio-Canada, TVA et TQS. Les résultats montrent, entre autres, qu'il y a surreprésentation des Noirs (15,2 % pour 2,1 % dans la population selon de recensement de 2001). En second lieu, une analyse des représentations qualitatives, selon la grille de Colfax et Sternberg (1972), permettant l'identification de stéréotypes raciaux dans la publicité, fait ressortir que, parmi les publicités étudiées, des représentations des Québécois d'origines ethniques différentes entretiennent des stéréotypes raciaux. Par exemple, ces derniers occupent presque toujours des rôles secondaires, sont rarement représentés seuls à l'écran ou sont représentés de façon folklorique. De plus, l'auteure note que pour certaines publicités,

des célébrités issues de l'immigration sont choisies pour annoncer un produit ou, encore, que les publicitaires ridiculisent les stéréotypes raciaux par le biais de l'humour, ce qui contribue définitivement à les renforcer, selon Bérubé (2007).

Nous ne recensons, à l'heure actuelle, aucune étude s'intéressant exclusivement à la représentation de la communauté linguistique créole, des Haïtiens ou, encore, des Noirs dans les médias québécois. Par contre, en isolant les résultats ayant trait à la communauté culturelle qui nous intéresse dans les recherches précédentes, nous mettons en évidence que la représentation de cette dernière dans les médias québécois semble inadéquate.

2.3.2 Paysage médiatique ethnique destiné à la communauté haïtienne. Au chapitre 1 (point 1.1.3), nous avons survolé le paysage médiatique ethnique du Québec. Nous présentons maintenant celui destiné à la communauté haïtienne. Premièrement, notons que la quasi-totalité des membres de la communauté haïtienne connaissent le français (98,1 %) (MICC, 2010), puisqu'il s'agit d'une des deux langues officielles d'Haïti, l'autre étant le créole haïtien. Il n'est donc pas surprenant de trouver des médias s'adressant soit dans l'une, soit dans l'autre, soit dans les deux langues susmentionnées. Parmi les médias destinés en tout ou en partie à la communauté haïtienne, nous recensons un média écrit (Référence Transculturelle magazine), un média télévisuel (CJNT Montréal) et six médias radiophoniques. Parmi ces derniers, nous comptons deux radios universitaires, soit CISM FM 89,3 (Université de Montréal) et CKUT FM 90,3

(Université McGill), trois radios communautaires, soit CFMB (AM 1280) - Radio Montréal, CINQ (FM 102,3) - Radio Centre-Ville, CKDG MIKE (FM 105,1) ainsi qu'une seule radio ethnique privée, soit CPAM (1610 AM), aussi connue sous le nom de *radiounion.com*.

L'étude portant sur l'attachement des communautés culturelles aux médias, mentionnée précédemment (Millette, Millette & Proulx, 2010), se penche sur les habitudes médiatiques de la communauté haïtienne. Selon les résultats, 49 % des répondants de cette communauté sont attachés à l'un ou l'autre des médias ethniques s'adressant à leur communauté, c'est-à-dire qu'ils font partie de leurs habitudes de fréquentation médiatique. De ce pourcentage, 40 % sont attachés à la radio ethnique, 13 % à la télévision ethnique et 11 % aux quotidiens et journaux ethniques. Toujours selon l'étude de Millette, Millette et Proulx (2010), les 55 ans et plus sont les plus attachés aux quotidiens et journaux ethniques (20 %) et à la radio ethnique (55 %). Toutefois, à 16 %, la tranche d'âge des 35-54 ans est la plus nombreuse à être attachée à la télévision ethnique. De plus, les résultats stipulent que les participants ayant déclaré utiliser le créole comme langue d'usage montrent les plus hauts taux d'habitude de fréquentation médiatique pour la télévision ethnique (20 %) et la radio ethnique (50 %). Par ailleurs, ce sont les personnes parlant le français qui sont les plus attachées aux quotidiens et journaux ethniques (13 %) ; 52% des participants ayant immigré au Canada il y a plus de 10 ans et 50 % de ceux qui y sont nés sont attachés à au moins un des médias ethniques

s'adressant à leur communauté. Enfin, 41 % des personnes ayant immigré il y a moins de 10 ans le sont également.

2.3.3 *CPAM (1610 AM)*³. Seule radio ethnique en Amérique du Nord à diffuser un contenu majoritairement francophone, CPAM (1610 AM) offre, sur la bande AM, une programmation axée sur les besoins et la culture des communautés ethnoculturelles francophones d'origine haïtienne (50 %), latino-américaine (35 %) et africaine (15 %). Le contenu, axé sur les Canadiens venus d'ailleurs, met donc l'accent sur l'information relative à l'Afrique, à l'Amérique latine et, majoritairement, aux Antilles. Située sur l'Île de Montréal, avec un périmètre de rayonnement de 10 000 watts (en plus d'être diffusée sur Internet via www.cpam1610.com), CPAM (1610 AM) a pour mission de favoriser l'intégration harmonieuse des communautés visées à la société d'accueil, d'aider les communautés visées à vivre en français au Québec, ainsi que de contribuer à mieux refléter la diversité culturelle du Québec.

2.4 Groupe d'immigrants étudié

Comme le note Guyot (2006), « très contestée, notamment à cause de critères très incertains, l'ethnie est définie à la fois de l'intérieur par le sentiment d'appartenance à une communauté singulière (caractère subjectif) et de l'extérieur en regroupant les individus présentant des traits communs somatiques, culturels et linguistiques (visée ethnographique) » (p. 126). Dans le cadre de cette étude, le groupe d'immigrants sur

³ Informations tirées du site officiel de CPAM (1610AM) de www.cpam1610.com. Page web consultée le 20 janvier 2010 de <http://www.cpam1610.com/2008120712051/Corporatif/a-propos-de-cpam-1610.html>.

lequel nous nous penchons est celui de la communauté haïtienne. C'est pour cette raison que nous nous intéressons à l'histoire de l'immigration de cette communauté au Canada, au portrait de cette dernière en contexte québécois, ainsi qu'à l'état de l'insertion de ses membres. Enfin, nous trouvons pertinent de mettre en contexte le lecteur quant aux conditions d'actualité dans lesquelles la présente étude est menée.

2.4.1 *Histoire de l'immigration de la communauté haïtienne au Canada.* Plus d'un million d'Haïtiens vivent à l'extérieur d'Haïti, cet État des Antilles. Il existe cinq périodes distinctes qui marquent l'immigration des Haïtiens au Québec (Gaudet, 2011). Avant 1967, peu d'entre eux immigrèrent, sinon quelques étudiants aux cycles supérieurs. Entre 1968 et 1975, fuyant le régime dictatorial instauré en Haïti par le président de l'époque, François Duvalier⁴, une première vague d'immigration se produit. Cette dernière regroupe des immigrants issus de la petite bourgeoisie professionnelle et comprend des Haïtiens hautement scolarisés, assez jeunes et francophones, comme des médecins, des infirmières, des enseignants et des ingénieurs. De 1976 à 1985, une deuxième vague, majoritairement composée de femmes admises sur la base de la réunification familiale, se caractérise par une moindre scolarisation et par le créole comme langue d'usage unique. Ces immigrants occupent surtout des emplois dans le secteur manufacturier. De 1986 à 1996, 17 000 Haïtiens fuyant l'instabilité politique et économique du pays immigrèrent au Québec sur la base du regroupement familial, de l'immigration économique et de l'asile politique. La période de 1997 à 2009 est, quant à

⁴ Surnommé « Papa Doc ».

elle, marquée par une diminution importante de l'immigration haïtienne, tentant toujours d'échapper à la pauvreté, au chômage et à l'instabilité politique. Entre 1961 et 2006, c'est 75 000 Haïtiens nés en Haïti qui viennent poursuivre leur vie au Québec. En 2006, ce n'est pas moins de 91 435 personnes d'origine haïtienne qui sont recensées (MICC, 2010). Au moment où la présente étude est menée, il semble que nous vivons actuellement une sixième période d'immigration, pour laquelle nous prédisons une augmentation de l'immigration, principalement en raison des répercussions humanitaires engendrées par le séisme de janvier 2010.

2.4.2 *Le portrait de la communauté haïtienne du Québec*⁵. La communauté haïtienne étant le groupe d'individus migrants auquel nous nous attardons au cours de cette étude, cette section propose de dresser un portrait sociodémographique de cette dernière, et ce, en faisant état de l'âge, du statut, du revenu annuel du foyer, de l'emploi de la situation des particuliers, de la scolarité et du nombre d'années passées au Québec des membres recensés en 2006. Bien que l'étude ne vise pas à généraliser ses résultats, ce portrait nous permet, au chapitre suivant, de comparer l'échantillon retenu pour l'étude avec ces données, et ce, afin de nous assurer d'une certaine représentativité avec l'ensemble de la population étudiée.

2.4.2.1 *Le sexe et l'âge*. Dans la communauté haïtienne, les femmes sont plus nombreuses que les hommes (54,0 % contre 46,0 %). Dans l'ensemble, sa structure

⁵ Les informations relatives au portrait de la communauté haïtienne sont toutes tirées du document du MICC (2010).

d'âge se trouve à être plus jeune que celle de la population québécoise, avec 27,4 % de membres âgés de moins de 15 ans et 17,3 % âgés entre 15 et 24 ans, comparativement à ces mêmes groupes d'âges pour la population québécoise qui correspondent respectivement à 16,8 % et à 12,7 %. Par contre, en ce qui a trait à la tranche d'âge des 55 ans et plus, on observe une proportion plus faible parmi les membres de cette communauté, soit 14,7 % contre 26,2 % dans l'ensemble de la population québécoise.

2.4.2.2 L'état matrimonial. Près de la moitié des membres de la communauté haïtienne sont célibataires (49,1 %) et 31,4 % sont mariés. De plus, la proportion de femmes divorcées est nettement plus élevée que chez les hommes de cette communauté. Par contre, ces derniers sont plus nombreux à être mariés.

2.4.2.3 Le revenu annuel du foyer. Les membres de la communauté haïtienne montrent des revenus annuels moyens inférieurs à ceux de la population du Québec (23 044 \$ contre 32 074 \$). Environ les trois quarts (75,4 %) du revenu total de cette communauté proviennent de l'emploi et 19,4 % des transferts gouvernementaux; ces derniers représentent le quart (25,8 %) du revenu total des femmes d'origine haïtienne, une proportion supérieure à celle que l'on note pour l'ensemble des femmes du Québec (19,7 %).

2.4.2.4 L'emploi. Au sein de la population active québécoise, les individus d'origine ethnique haïtienne comptent 46 295 personnes. Bien que leur taux d'activité

(69,8 %) et leur taux d'emploi (61,4 %) soient supérieurs à ceux de l'ensemble de la population du Québec (64,9 % et 60,4 % respectivement), la communauté haïtienne présente un taux de chômage plus élevé que celui de la population québécoise, soit 12,0 % contre 7,0 %. Par contre, le taux d'activité des femmes haïtiennes est supérieur à celui de l'ensemble des Québécoises (66,5 % contre 59,5 %).

En ce qui a trait aux principaux secteurs industriels convoités par la communauté haïtienne, ils sont ceux des soins de santé et de l'assistance sociale (19,6 %), de la fabrication (15,7 %) et du commerce de détail (10,8 %). Ces trois secteurs regroupent 46,1 % de la population active expérimentée dans cette communauté. Notons que les femmes sont proportionnellement plus nombreuses à travailler dans le secteur des soins de santé et de l'assistance sociale et que les hommes, quant à eux, le sont dans le secteur de la fabrication et dans celui du transport et de l'entreposage. Les professions les plus répandues au sein de cette communauté sont celles liées à la vente et aux services (28,4 %), aux affaires, à la finance et à l'administration (16,9 %), de même qu'au secteur de la santé (13,9 %). Les femmes d'origine haïtienne sont surreprésentées dans les professions associées au secteur de la santé, au domaine des affaires, de la finance et de l'administration, ainsi qu'à celui des sciences sociales, de l'enseignement et de l'administration publique. Pour leur part, les hommes sont relativement plus nombreux à exercer une profession liée aux métiers, au transport et à la machinerie, ainsi qu'aux sciences naturelles et appliquées.

2.4.2.5 *La situation des particuliers.* Lorsque nous nous penchons sur le nombre de parents seuls au sein des familles, nous constatons qu'il est proportionnellement plus élevé parmi la population haïtienne que dans l'ensemble de la population du Québec (10,9 % comparativement à 4,8 %). Ce constat est encore plus significatif chez les femmes haïtiennes (18,0 %) que pour l'ensemble des femmes du Québec (7,3 %). La proportion que représentent les enfants est plus élevée dans la communauté haïtienne que dans l'ensemble de la population québécoise (46,9 % comparativement à 29,4 %).

2.4.2.6 *Le dernier niveau de scolarité atteint.* En ce qui a trait à la scolarité, 47,0 % des personnes d'origine haïtienne âgées de 15 ans et plus, n'ont pas dépassé le diplôme d'études secondaires, un chiffre représentant une proportion similaire à celle de la population totale du Québec (47,3 %). De plus, les membres de la communauté haïtienne sont proportionnellement moins nombreux à détenir un grade universitaire que l'ensemble de la population québécoise (14,1 % comparativement à 16,5 %).

2.4.2.7 *Le nombre d'années depuis l'arrivée au Québec.* Les membres de la communauté haïtienne du Québec nés à l'étranger, en incluant les résidents non permanents, représentent plus de la moitié de cette population, soit 55,0 %. Parmi cette population immigrée, 30,2 % des personnes sont arrivées avant 1981, 25,6 % sont arrivées durant la période 1981 à 1990, 28,8 % sont arrivées au cours des années 1991 à 2000 et 15,3 % d'entre elles sont issues de l'immigration récente, soit entre 2001 à 2006. De plus, sept personnes sur dix (70,7 %), âgées de 15 ans et plus, sont nées à l'étranger.

(première génération), tandis que 26,4 % sont nées ici (deuxième génération). Toutefois, au moins un de leurs parents est né à l'étranger.

2.4.3 *État de l'insertion de la communauté haïtienne.* Plusieurs arguments militent en faveur de l'intégration de la communauté haïtienne à la société québécoise. En effet, elle compte maintenant trois générations, dont deux nées au Canada. De surcroît, elle occupe le dixième rang en importance démographique (Statistique Canada, 2006), et plus de la moitié de la communauté parle le français⁶. Pourtant, la communauté haïtienne présente de nombreux problèmes quant à son insertion. En effet, la majorité habite les arrondissements montréalais Saint-Michel et Montréal-Nord, là où l'on compte le plus grand nombre de personnes vivant avec un faible revenu et qui sont habitées majoritairement par la communauté haïtienne (Statistique Canada, 2001). Ensuite, selon le portrait réalisé par Statistique Canada, en 2001, dans le cadre d'une série de portraits sur les différentes communautés ethnoculturelles du Canada, les chiffres reflètent des difficultés d'intégration importantes. À cet effet, si l'on compare cette communauté avec le reste de la population canadienne, les faits saillants indiquent que les membres de cette dernière sont moins susceptibles d'avoir un emploi, sont plus nombreux à vivre dans des situations à faible revenu, que la population active haïtienne est deux fois plus susceptible d'être sans emploi, etc. (Statistique Canada, 2001). De plus, il apparaît que le taux de criminalité reste élevé parmi la communauté haïtienne (Statistique Canada, 2001).

⁶ Les deux langues officielles en Haïti sont le français et le créole haïtien.

De nombreuses études font état de ces différents problèmes d'insertion, notamment en ce qui a trait à l'insertion des jeunes Haïtiens. Une première étude (Barbier, Olivier & Pierre-Jacques, 1984) s'intéressant à la nature des difficultés rencontrées une fois au Québec, chez les élèves haïtiens ayant connu un début de scolarisation en Haïti, montre que le passage de l'un à l'autre des deux systèmes scolaires s'accompagne d'au moins deux difficultés. La première, celle d'ordre psychopédagogique, est liée à la différence des programmes, des méthodes d'enseignement et des structures organisationnelles tandis que la seconde, celle d'ordre socio-pédagogique, est liée, pour sa part, à la situation des familles migrantes et à la différence des attitudes, attentes et aspirations développées vis-à-vis de l'éducation en général et de l'école en particulier dans chacun des systèmes (Barbier, Olivier, & Pierre-Jacques, 1984). En effet, depuis trois décennies, plusieurs auteurs se penchent sur les difficultés scolaires rencontrées par les jeunes Haïtiens dans le système scolaire québécois (Ravary, 1977; CECM, 1978; Pierre-Jacques, 1981; Laferrière, 1983, tirés de Barbier, Olivier, & Pierre-Jacques, 1984). Retard scolaire, problèmes linguistiques, problèmes d'apprentissage et choc culturel restent des obstacles à l'insertion de ces jeunes Haïtiens issus de l'immigration.

Dans une étude intitulée *Jeunes Haïtiens de Montréal et déviance : frustration, méfiance et mauvaises fréquentations*, Desruisseaux, St-Pierre, Tougat et de la Sablonnière (2002) évaluent un modèle de prédiction de la déviance conçu sous l'angle des rapports sociaux, et ce, par le biais des travaux sur la privation relative, c'est-à-dire un sentiment de mécontentement éprouvé suite à des comparaisons sociales désavantageuses

(Runciman, 1966), et la méfiance raciale qui, selon Grier et Cobbs (1968), « naît et grandit chez les Noirs parce que tous les membres de leur collectivité, sans égard au statut, sont touchés par les disparités fondées sur la race. Elle permettrait aux Noirs de garder leur dignité dans des situations difficiles et dégradantes (Thompson, Neville, Weathers, Poston, & Atkinson, 1990) ». L'hypothèse de Desruisseaux, St-Pierre, Tougat et de la Sablonnière (2002), voulant que plus les jeunes Haïtiens éprouvent de la privation relative collective, plus ils sont portés à se tourner vers des amis délinquants et à développer de la méfiance à l'endroit des Blancs, et que la méfiance et les mauvaises fréquentations sont associées à l'adoption de comportements déviants, est confirmée par les résultats obtenus. D'ailleurs, dans cette étude, les auteurs soulignent qu'« il a été démontré que le comportement agressif et répréhensible d'un Noir est généralisé à toute la communauté (Henderson-King & Nisbett, 1996; Rosenfield, Greenberg, Folger & Borys, 1975; Tougas et al., 2002) » et, qu'« en revanche, un comportement méritoire est perçu comme un accident de parcours ou, au mieux, un cas d'exception et n'a donc pas de répercussion positive au niveau de l'évaluation du groupe (Henderson-King & Nisbett, 1996; Tougas et al., 2002) » (Desruisseaux, St-Pierre, Tougat, & de la Sablonnière, 2002, p. 44).

Bien que le Québec soit une terre d'accueil importante, au plan quantitatif, il n'en reste pas moins que le racisme y est un fait réel. Dans une étude traitant de l'immigration haïtienne aux États-Unis et au Canada, Morin (1993) montre que les Haïtiens ont tendance à reproduire, dans ces deux sociétés d'accueil, les clivages de leur société

d'origine. Toutefois, le racisme se présente de façons différentes, selon que les Haïtiens émigrent aux États-Unis et y deviennent « invisibles », noirs parmi les noirs américains, ou qu'ils émigrent au Canada et entrent alors dans la catégorie des « minorités visibles ». Du côté canadien, ils visent plutôt à se construire une identité transnationale, partagée entre la diaspora et le pays d'origine pour échapper au processus de racialisation. À cet effet, l'auteur avance que les formes d'exclusion pullulent, qu'elles soient lors de la recherche d'un logement, de la recherche et de l'exercice du travail ou, encore, dans le milieu scolaire (Morin, 1993).

Le racisme joue également sur l'insertion économique des Haïtiens. Dans une étude sur l'insertion par le travail autonome et le développement des réseaux haïtiens de solidarité au Québec, Pierre (2005) explique que, dans le cas haïtien, le faible développement entrepreneurial est dû à un milieu social hostile et à un faible niveau de solidarité ethnique. De plus, l'auteur confirme ce que nous venons de relever, puisqu'il définit Montréal comme étant « un milieu d'accueil relativement hostile » et la communauté haïtienne comme « une minorité ethnique dite visible, c'est-à-dire marquée par des discriminations raciales et sociales diverses » (p. i). Les travaux de Potvin (1997) sur le racisme et la deuxième génération de jeunes Haïtiens confirment aussi ce constat.

Une dernière étude vient clore le survol de notre revue de la littérature ayant trait à l'état de l'insertion des immigrants haïtiens au Québec. Celle-ci s'interroge sur les conditions nécessaires pour que les jeunes Québécois d'origine haïtienne vivant dans des HLM

(habitations à loyer modique) puissent établir une relation d'identité avec le Québec. En ayant dans l'optique d'identifier des repères socioculturels de pratiques auxquels les différents intervenants du milieu peuvent se référer pour soutenir un développement social des jeunes et de leur famille, favorisant leur participation dynamique et créative à la société, les auteurs mettent en avant les difficultés d'insertion et d'identité qui seraient dues aux tensions qui rendent difficile l'appropriation du milieu par les résidents. De plus, cette étude stipule que les jeunes Haïtiens habitant les HLM du quartier sont vus par les policiers comme étant plus à risque que d'autres jeunes face à la criminalité (Jacob, 1993) et plus enclins à intégrer les gangs de rue. Enfin, soulignons que « l'espace et son appropriation symbolique représentent un point d'appui psychosocial fondamental à la structuration identitaire, car c'est par l'appropriation de lieux que le sujet peut accomplir et stabiliser un processus d'identification » (Tremblay & Parazelli, 2001, p. 41, tiré de Parazelli, 2000).

La multitude d'études démontrant les difficultés d'insertion de la communauté haïtienne du Québec justifie l'importance de s'intéresser au phénomène.

2.4.4 *Mise en contexte, actualité, etc.* Au moment où a germé l'idée de la présente étude, Haïti venait de connaître une catastrophe naturelle dont les images auront fait le tour de la planète. Avant même ce douloureux événement, Haïti avait déjà eu son lot de catastrophes naturelles. En effet, l'ouragan Gordon avait fait un millier de morts en 1994. Quatre ans plus tard, l'ouragan George tue plus de 200 personnes. En 2004,

c'est au tour de Jane de balayer une partie du pays. Accompagné d'inondations et de coulées de boue, l'ouragan fait 3 000 victimes, et 100 fois plus de sinistrés. En 2008, en l'espace de quelques semaines, quatre tempêtes tropicales touchent Haïti, soit Fay, Gustav, Hanna et Ike, qui font plus de 300 morts et des centaines de milliers de sans-abri. À tout cela vient s'ajouter un séisme en 2010, faisant 250 000 morts et 1,3 million de sans-abri. Suite à de telles épreuves, le peuple haïtien, ainsi que la diaspora haïtienne, continuent d'être affectés. Nous trouvons alors impératif, avant d'aller plus loin, de dessiner le contexte dans lequel s'est déroulée l'étude, c'est-à-dire entre janvier 2010 et juin 2011. Si le pays échappe à Igor en septembre 2010, l'ouragan Tomas a transformé les rues en rivières en novembre de la même année, deux semaines après l'annonce d'une épidémie de choléra. Si elle ne tue plus aujourd'hui, cette dernière aura fait 4 425 décès depuis son apparition, en octobre 2010 (MSPP, 2011). À tous ces drames humains viennent s'ajouter les élections présidentielles et législatives qui, le 28 novembre 2010, sont marquées par la violence, la fraude, la défaillance de la machine électorale, ainsi que par de nombreuses irrégularités. Sept personnes perdent la vie et plusieurs sont blessées par balles dans des circonstances en lien avec ce premier tour d'élections. Le vote du deuxième tour se déroule relativement bien, le 20 mars 2011. Un mois jour pour jour après ce vote, le Conseil électoral provisoire (CEP) publie les résultats qui confirment Michel Martelly comme nouveau président d'Haïti, avec 67,57 % des voix. Étant donné l'importance de la communauté haïtienne au Québec, tous ces événements ne sont pas sans laisser de traces ici non plus. Spectacles bénéfiques, commémorations lors du premier anniversaire du séisme, élargissement de la notion de regroupement

familial de la part du gouvernement du Québec, afin d'accueillir davantage de ressortissants haïtiens victimes du séisme, adoptions précipitées, programmes de parrainage, etc. Bref, le peuple haïtien et ses malheurs attirent un vent de sympathie à leur endroit.

2.5 Question spécifique de recherche

Suite à l'ensemble du portrait exposé, nous sommes fin prêts à poser notre question spécifique de recherche. En effet, dans ce chapitre, nous soulevons plusieurs points importants qui justifient que nous nous intéressions plus particulièrement à la communauté haïtienne de Montréal dans un contexte de participation à l'insertion d'une communauté immigrante grâce à un média ethnique, notamment en raison de l'importance du média ethnique CPAM (1610 AM) au sein de celle-ci, de la hausse de l'immigration de cette communauté, des difficultés d'insertion auxquelles elle fait face, sans oublier l'instabilité d'Haïti dont témoigne l'actualité dans ce pays. Le choix d'étudier l'insertion de la communauté haïtienne en particulier s'inscrit ainsi dans les réalités actuelles qui, comme nous l'avons vu, a et aura un impact sur l'immigration au Québec. De plus, le poids démographique de cette communauté dans la province augmentera assurément d'ici les prochains mois, voire les prochaines années, puisque les Haïtiens viendront y chercher refuge, et ce, dans une perspective de vie meilleure. C'est pourquoi le but de cette étude consiste à mieux connaître et comprendre, selon les perceptions des membres de la communauté haïtienne de la région métropolitaine de Montréal, de quelles manières CPAM (1610 AM) contribue à leur insertion à la société

québécoise, et ce, à l'aide des cinq dimensions de l'insertion proposées par Gaudet (2005), soit juridique, économique, linguistique, personnelle et communautaire, de même que politique. C'est dans ce contexte que nous tenterons de répondre à la question spécifique de recherche, à savoir :

« De quelles manières, selon les perceptions des immigrants haïtiens de la région métropolitaine de Montréal, la radio ethnique CPAM (1610 AM) contribue-t-elle à leur insertion à la société québécoise ? ».

Afin d'illustrer la problématique spécifique de cette étude, un modèle initial est présenté (Figure 1), modèle que nous tentons de bonifier lors de l'analyse et de la synthèse des résultats. Il représente la communauté haïtienne de Montréal, résultat de l'immigration d'Haïti vers la société québécoise, plus précisément vers la région métropolitaine de Montréal. Au cœur de cette communauté est implantée la radio ethnique CPAM (1610AM), dont le bassin d'auditeurs, formé d'immigrants d'origine haïtienne, rejoint aussi, mais de façon moins importante, un auditoire québécois n'appartenant pas à cette communauté. Une évolution du concept d'insertion à une société d'accueil, en contexte d'immigration (processus d'adaptation, d'intégration et, éventuellement, d'acculturation), est enclenchée. Ainsi, les auditeurs de CPAM (1610AM) qui sont d'origine haïtienne peuvent exprimer leurs perceptions sur la contribution de cette radio à leur insertion à la société québécoise, et ce, selon cinq dimensions, soit juridique, économique, linguistique, personnelle et communautaire, de même que politique (Gaudet, 2005). Le Modèle de la contribution de la radio ethnique CPAM (1610 AM) à

l'insertion à la société québécoise des immigrants haïtiens, selon leurs perceptions, est présenté à la figure 1.

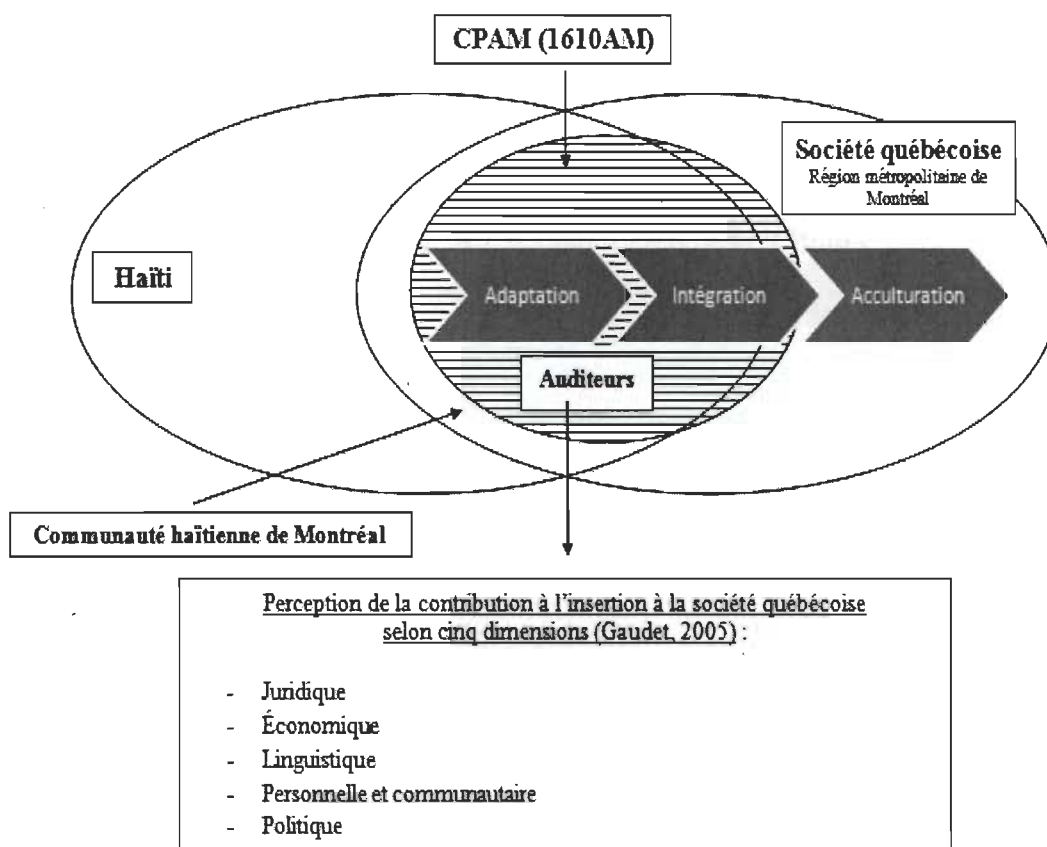


Figure 1. Modèle de la contribution de la radio ethnique CPAM (1610AM) à l'insertion à la société québécoise des immigrants haïtiens, selon leurs perceptions.

Le prochain chapitre présente le cadre conceptuel retenu, ainsi qu'un survol de l'état de la recherche en lien avec les impacts des médias ethniques sur l'insertion des immigrants à une société d'accueil.

Chapitre 3
Cadre conceptuel et état de la recherche

Dans ce chapitre, nous présentons des modèles et des théories en lien avec les concepts d'insertion à la société d'accueil, ainsi qu'avec ceux des médias ethniques, fil d'Ariane de notre recherche. De plus, un survol de l'état des connaissances en lien avec les impacts des médias ethniques sur l'insertion des immigrants à une société d'accueil est présenté. L'étude de Bérubé (2009), présentée dans l'état des connaissances sur l'insertion, investigate les effets, la réception et les contenus des médias de masse auprès d'immigrants. Une partie du cadre conceptuel utilisé pour réaliser cette étude nous guide afin de répondre à notre propre objectif, soit de mieux connaître et comprendre de quelles manières, selon les perceptions des immigrants, les médias ethniques contribuent à leur insertion à la société d'accueil. Puisque nous nous positionnons dans une perspective beaucoup moins large que celle de Bérubé (2009), nous adaptons chacun des modèles retenus à notre propre objectif. En premier lieu, nous présentons en quoi notre recherche s'inscrit dans la foulée du modèle de la communication en contexte d'insertion d'un immigrant (Kim, 2001). En second lieu, nous nous tournons du côté des dimensions de l'insertion selon Gaudet (2005), qui nous serviront à saisir l'ensemble des aspects de ce concept. Par la suite, nous explorons la théorie de la réception active (Ravault, 1986; 1996; 2001) pour connaître et comprendre, suite à l'exposition à un média, de quelles manières le destinataire est influencé. Enfin, nous nous éloignons un tant soit peu du cadre conceptuel de Bérubé (2009), pour présenter la théorie de l'insertion segmentée de Safi (2006), qui permet de s'interroger sur la possibilité que les

résultats de la présente étude montrent une participation « segmentée », au sens des écrits de l'auteure, à l'insertion de la communauté haïtienne de Montréal.

3.1 Le modèle de la communication en contexte d'insertion d'un immigrant⁷

Dans *Becoming Intercultural: An Integrative Theory of Communication and Cross-Cultural Adaptation*, Kim (2001) explique son modèle traitant de l'insertion des immigrants à une société hôte selon quatre grands groupes de facteurs, soit les prédispositions du nouvel arrivant, l'environnement, la transformation culturelle et les communications. L'auteur suggère que les dimensions et les facteurs incorporés dans ce modèle permettent de prédire le succès ou l'échec de l'insertion d'un immigrant à une société d'accueil, reconnaissant que ces dimensions et facteurs n'ont pas tous la même importance d'un immigrant à un autre. Les communications se situent au cœur du modèle de Kim, plus particulièrement la communication sociale de la société hôte (interpersonnelle et de masse), la communication personnelle et la communication sociale ethnique (interpersonnelle et de masse). Nous expliquons maintenant l'ensemble du modèle avant de nous pencher sur ses particularités. La figure 2 présente le Modèle de la communication en contexte d'insertion d'un immigrant, selon Kim (2001), tiré de Bérubé (2009).

⁷ La presque totalité de l'explication du modèle théorique de Kim (2001) est tirée du cadre conceptuel de Bérubé (2009), p. 59 à 62.

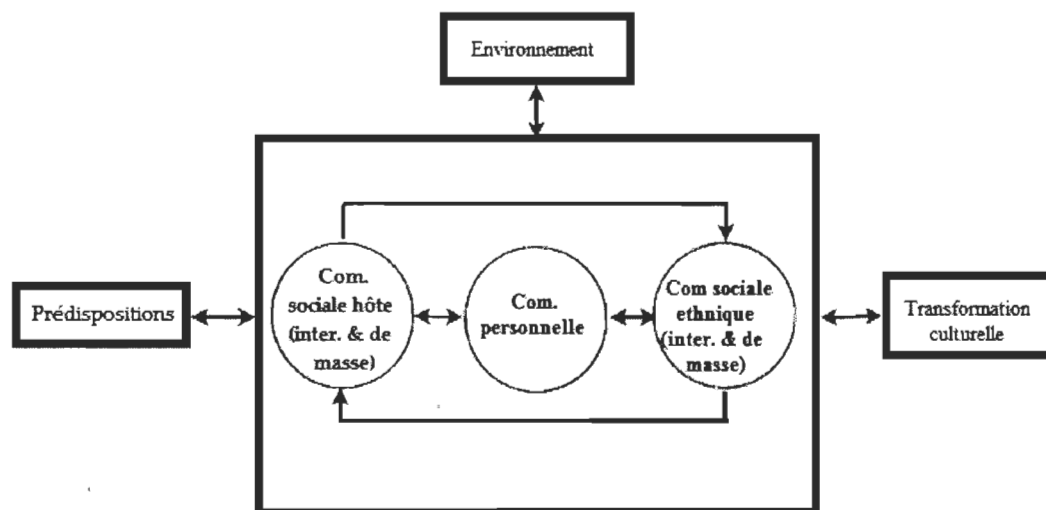


Figure 2. Le modèle de la communication en contexte d'insertion d'un immigrant, selon Kim (2001), tirée de Bérubé (2009).

Dans ce modèle, Kim (2001, tiré de Bérubé, 2009) identifie trois facteurs qui composent le groupe des prédispositions qui influencent l'insertion d'un immigrant à une société d'accueil : la préparation au changement, l'adaptabilité de la personnalité de l'immigrant et la proximité ethnique entre le nouvel arrivant et la société d'accueil. En ce qui a trait au groupe de l'environnement, trois facteurs influencent l'insertion de l'immigrant : la réceptivité de la société d'accueil à l'immigration, la demande de conformité par la société d'accueil et la force des communautés déjà immigrées. Le groupe des transformations culturelles comprend, lui aussi, trois facteurs : la forme de fonctionnement, la santé psychologique et l'identité de l'immigrant. Les communications personnelles correspondent, pour leur part, aux compétences du nouvel

arrivant lui permettant de s'engager dans le système de communication de la société d'accueil. Enfin, les communications sociales se divisent en deux genres : celui de la société hôte et celui caractérisé d'ethnique. Chacune de ces communications sociales peuvent être interpersonnelles ou de masse. L'auteure suggère la lecture suivante de son modèle :

Le tout débute par la dimension de la communication personnelle de l'immigrant, dimension centrale de son insertion. Ses compétences communicationnelles propres lui serviront d'engin moteur tout au cours de son processus d'insertion. La communication personnelle de l'immigrant est liée à la communication sociale de la société hôte lorsque l'immigrant prend part à des activités de communications interpersonnelles et de masse avec ses hôtes. S'ajoute aux communications sociales celles distinctes des communications hôtes, soit celles relevant des expériences ethniques interpersonnelles et de masse de l'immigrant avec d'autres immigrants. Les conditions de l'environnement, la réceptivité de la société d'accueil à l'immigration, la demande de conformité par la société d'accueil et la force des communautés déjà immigrées, interagissent ensuite dans les communications personnelles et sociales de l'immigrant. Les prédispositions de l'immigrant, à savoir sa préparation au changement, son ouverture d'esprit et sa proximité ethnique avec la société hôte, poseront les paramètres pour plus d'activités de communications personnelles et sociales. Enfin, toutes ces dimensions influenceront et seront influencées par l'ultime dimension de l'insertion de l'immigrant, soit sa transformation culturelle, favorisée par sa forme de fonctionnement, sa santé psychologique et l'assurance de son identité (Bérubé, 2009, p. 62).

Pour sa part, Bérubé (2009) utilise l'ensemble du modèle de Kim (2001) dans le cadre de sa recherche. Quant à nous, nous nous contentons de la section propre aux communications, car notre objectif n'est pas de mesurer l'insertion des immigrants, mais s'intéresse à la contribution des médias ethniques dans leur insertion à une nouvelle

société. Le modèle théorique de Kim (2001) est retenu, surtout parce que l'auteure propose que la communication est conditionnelle à l'insertion des immigrants. En effet, en nous intéressant aux médias ethniques de la société d'accueil, notre recherche s'inscrit dans la dimension proposant la communication sociale ethnique de masse comme étant nécessaire à l'insertion, toujours selon Kim (2001).

3.2 Le modèle des dimensions de l'insertion d'un immigrant

Dans *Relations interculturelles : comprendre pour mieux agir*, Gaudet (2005) présente ce qu'elle perçoit comme étant les cinq dimensions de l'intégration d'un immigrant en contexte québécois. Rappelons que, dans cette étude, nous utilisons le terme « insertion » pour désigner l'ensemble du processus expliqué précédemment, soit l'adaptation, l'intégration et l'acculturation. Ainsi, nous avons adapté le travail de Gaudet (2005) en remplaçant le terme « intégration » par celui d'« insertion ». Le tableau 2 indique, pour chacune des dimensions de l'insertion, soit juridique, économique, linguistique, personnelle et communautaire, de même que politique, une série d'indicateurs proposée par l'auteure pour la mesurer.

Tableau 2
Les cinq dimensions de l'insertion selon Gaudet (2005)

Dimensions	Explications
L'insertion juridique	Se mesure par le statut conféré aux immigrants lorsqu'ils arrivent au pays ainsi que par leurs connaissances des lois et des institutions du pays.
L'insertion économique	Se mesure par la capacité de l'immigrant à accéder à des revenus et à une mobilité sociale comparable aux citoyens nés dans le pays d'accueil.
L'insertion linguistique	S'évalue par la capacité de la personne immigrante à utiliser la langue de la société d'accueil d'abord de façon fonctionnelle (au travail, à l'école, etc.), puis dans sa vie privée (dans les loisirs, pour lire les journaux, pour regarder les émissions de télévision, etc.).
L'insertion personnelle et communautaire	Se mesure par la capacité d'adaptation de l'immigrant dans divers domaines tels que les arts, les activités religieuses, les activités récréatives et sportives, les traditions culinaires et les coutumes vestimentaires. Cette dimension comprend aussi les valeurs, les liens de parenté, les types de relations interpersonnelles, les habitudes de travail et les liens développés avec des associations communautaires (Bourhis, Moïse et Perrault, 1998).
L'insertion politique	Est la participation active aux ressources et aux services de la société d'accueil, de même qu'aux différentes instances décisionnelles. Se mesure par la participation à la vie économique, sociale et politique.

Pour sa part, Bérubé étudie tous les indicateurs proposés par Gaudet, et ce, pour chacune des dimensions du modèle. Quant à nous, nous nous contentons de retenir les dimensions proposées, puisqu'il nous semble inapproprié de demander aux médias ethniques d'une société hôte de participer directement à une multitude d'indicateurs bien précis. Le modèle de Gaudet est donc utilisé dans son ensemble, c'est-à-dire à partir des dimensions de l'insertion et de l'esprit général de chacune d'elles.

3.3 La théorie de la réception active

Une des théories de la communication est celle de la réception active, théorie notamment formulée par Ravault (1986 ; 1996 ; 2001). On note d'ailleurs que la recherche s'intéresse beaucoup à la participation active de l'audience dans la construction des significations spécifiques aux messages captés. « La théorie de la réception active met l'accent sur les capacités de construction de sens du destinataire à partir de sa culture et de son environnement social et identitaire, mais surtout sur ses aptitudes à concevoir des projets, à prendre des décisions et à agir » (Bérubé, 2009, p. 36) :

Il faut rappeler encore une fois que, dans la théorie de la réception active [...], la notion d'activité ne se limite pas à l'action du lecteur, à « l'acte de lecture » qui consiste à construire le sens des données qu'un auteur a organisées et nous livre par le biais des médias. Elle inclut et prend toute son envergure dans les gestes, les actes que pose le destinataire après qu'il ait pris en compte les produits (artefacts) communicationnels auxquels il s'est (ou a été) exposé et leur ait donné une signification (Ravault, 2001, tiré de Bérubé, 2009, p.36).

Dans cette recherche, la théorie de la réception active est gardée en tête puisque, bien que nous cherchons à connaître et comprendre les manières grâce auxquelles les médias

ethniques contribuent à l'insertion des communautés d'immigrants qu'ils desservent, nous devons prendre pour acquis que le lecteur, l'auditeur ou le téléspectateur, agit au sens des écrits de Ravault (2001), suite à son exposition au contenu du média ethnique étudié. À cet effet, comme nous donnons la parole aux immigrants eux-mêmes, il va de soi que les éléments de réponse obtenus par ces derniers soient perçus suite à une réception active du contenu diffusé.

3.4 La théorie de l'intégration segmentée

Safi (2006), dans une étude traitant du processus d'intégration des immigrés en France, se propose, en partant d'une littérature qui met l'accent sur le caractère multidimensionnel et segmenté du processus d'intégration, d'élaborer une typologie empirique de ce dernier, permettant ainsi de tester l'existence de différents modèles issus des théories assimilationniste et de l'assimilation segmentée.

Pour Safi (2006),

la théorie assimilationniste anticipe qu'au fil du temps et des générations, les populations issues de l'immigration se rapprocheraient de plus en plus des natifs jusqu'à devenir indiscernables par rapport à ces derniers. Derrière cette perspective, on retrouve l'hypothèse selon laquelle il existe un processus naturel par lequel divers groupes ethniques partagent une culture. Ce processus consisterait en une perte progressive de l'ancienne culture à l'avantage de la nouvelle et, une fois démarré, il mènerait inévitablement et irréversiblement à l'assimilation, au sens fort du terme (p. 4).

De même,

au lieu de s'attendre à un processus uniforme d'adaptation qui s'améliore avec la durée du séjour au pays d'accueil, l'hypothèse de l'assimilation segmentée repère une multitude de facteurs qui déterminent le mode d'incorporation des immigrants. Ces facteurs sont de deux types : individuels ou contextuels. Les facteurs individuels les plus importants sont l'éducation, les aspirations, la maîtrise de la langue du pays d'accueil, le lieu de naissance, l'âge d'arrivée et la durée du séjour. Les facteurs contextuels sont le statut social et ethnique de la famille, le lieu de résidence, les caractéristiques socio-économiques de la communauté à laquelle appartient l'individu et l'attitude du pays d'accueil vis-à-vis de cette dernière. L'assimilation classique considère que si ces différentes variables vont dans le sens des caractéristiques de la population du pays d'accueil (réussite scolaire, forte aspiration, maîtrise de la langue du pays d'accueil, naissance dans ce dernier ou arrivée jeune et résidence en dehors d'enclaves ethniques) l'immigré s'oriente vers l'intégration. Le modèle de segmentation, lui, se concentre justement sur les cas de figure où ces variables ne vont pas toutes dans le même sens (Safi, 2006, p. 9).

Les résultats montrent que, mis à part le cas des Espagnols, toutes les autres communautés à l'étude s'arriment à une assimilation segmentée plutôt qu'à une assimilation classique.

Dans notre étude, puisque nous traitons de l'insertion grâce aux médias, nous nous attendons à ce que la participation en soit une de « segmentée », au sens des écrits de Safi (2001). En effet, nous gardons en tête que les manières utilisées par les médias ethniques, telles que perçues par les destinataires, pouvant contribuer à leur insertion, ne puissent pas s'étendre à l'ensemble des dimensions retenues par Gaudet (2005).

3.5 État de la recherche sur le rôle des médias ethniques sur l'insertion des immigrants

Les médias en général sont un sujet qui a toujours intéressé les chercheurs. Dans le domaine des médias et de la diversité humaine, Downing et Husband (2005, tiré de Bérubé, 2009) recensent quatre principaux courants de recherche, soit les études portant sur les analyses de contenu, sur l'économie politique des médias, sur les médias ethniques et sur les analyses de réception. Jusqu'à maintenant, les recherches s'inscrivent surtout dans le premier courant, laissant les trois autres dans une absence partielle de connaissances. Selon les auteurs, les principaux travaux traitant des médias ethniques sont ceux d'Appadurai (1996), de Naficy (1993), de Zuberi (2001) et des collaborateurs de l'ouvrage de Cunningham et Sinclair (2000). Les résultats de recherche démontrent que les pratiques médiatiques ethniques ne semblent pas entraîner l'isolement ou la ghettoïsation des immigrants, malgré le fait que les auteurs investiguent les liens entre la consommation de ce type de média et la quasi-ségrégation culturelle. Par contre, c'est plutôt du côté de la négociation, entre la culture d'origine et la culture d'accueil chez les immigrants qui consomment des médias ethniques, qu'il semble y avoir des difficultés.

Du côté des médias électroniques, Naficy (1993) se penche sur la télévision des exilés iraniens de Los Angeles. Une des rares recherches s'intéressant à la production des médias de l'immigration, *The Making of Exile Cultures*, se déroule entre 1980 et 1991. L'auteur stipule que si cette production est nourrie des valeurs, de la langue et des thématiques du pays d'origine, il reste qu'elle emprunte aussi à la société d'accueil, dans

ce cas-ci, les États-Unis, sa technologie, son idéologie de consommation, ainsi que ses techniques de vente. De plus, il semble que la place de la culture de la société d'accueil grandisse avec le temps, menant graduellement à l'acculturation des téléspectateurs.

La presse semble être le média ethnique le plus choyé en ce qui a trait aux différentes études recensées. Dans un essai théorique sur le rôle que jouent les médias ethniques états-uniens dans l'intégration, l'assimilation et le contrôle social, Viswanath (2000), en se basant sur la littérature sur l'immigration, sur la sociologie du lectorat de la presse, sur les conflits sociaux et sur les théories postindustrielles, fait ressortir cinq fonctions que se doivent de prendre en compte ce type de médias, notamment celui de la presse, soit *a cultural transmission, a community booster, a sentinel, an assimilatory function et an informational function*.

Cette fois-ci, avec un angle beaucoup plus économique, bien que toujours du côté des États-Unis, Zhou & Cai (2002) se penchent sur l'ensemble des médias ethniques destinés aux Chinois (journaux, télévision, radio et sites web), ainsi qu'aux causes et aux conséquences de leur impact sur le degré d'assimilation de cette communauté. En ayant comme question de recherche « *Does the ethnic media inhibit or promote the assimilation of immigrants into American society?* » et en effectuant des entrevues qualitatives en face à face, ainsi que par téléphone, ils en viennent aux conclusions que les médias ethniques américains destinés aux Chinois, en plus de lier ces derniers à leur société d'accueil, agissent comme une véritable « carte routière » pour la première

génération qui vient s'intégrer à la société américaine, et ce, grâce à la promotion de trois aspects : « *the mobility goals of home ownership* », l'« *entrepreneurship* », et l'« *educational achievement* » (Zhou & Cai, 2002).

Enfin, se penchant encore ici sur les journaux chinois, mais en contexte québécois, Li (2009) s'intéresse aux rôles de ceux-ci dans le processus d'intégration des immigrants chinois à la société québécoise. L'auteure soutient l'hypothèse à l'effet que les médias chinois construisent une nouvelle identité, sino-québécoise, faisant plus qu'adapter l'héritage chinois aux valeurs québécoises et vice versa. Les résultats obtenus à l'aide d'analyses qualitatives et quantitatives montrent que ces médias agissent comme une plate-forme économique, une source d'information importante, un intermédiaire vital et un animateur de la communauté.

En résumé, afin de tenter de répondre à la question générale de recherche, soit de quelles manières les médias ethniques contribuent-ils à l'insertion des communautés ethniques à la société d'accueil, notre objectif n'étant pas de mesurer l'insertion des immigrants, nous nous contentons de la section propre aux communications du modèle théorique de Kim (2001), surtout parce que notre recherche s'inscrit dans la dimension proposant la communication sociale ethnique de masse comme étant nécessaire à l'insertion (Kim, 2001). De plus, les cinq dimensions de l'insertion de Gaudet (2005), expliquées au Tableau 2, sont utilisées. Ensuite, dans notre étude, puisque nous traitons de l'insertion grâce aux médias, nous nous attendons à ce que la participation en soit une de

« segmentée », au sens des écrits de Safi (2001). En effet, nous gardons en tête que les manières utilisées par les médias ethniques, telles que perçues par les immigrants, pour contribuer à leur insertion sont propres à chacune des dimensions proposées par Gaudet (2005). Enfin, dans cette recherche, la théorie de la réception active (Ravault, 2001) est prise en compte puisque, comme nous donnons la parole aux immigrants eux-mêmes, il va de soi que les éléments de réponse obtenus par ces derniers constituent des perceptions suite à une réception active du contenu diffusé.

Dans ce chapitre, l'état de la recherche sur le rôle des médias ethniques dans l'insertion des immigrants à une société d'accueil nous permet de constater que peu d'auteurs se sont penchés sur les fonctions de la radio ethnique en général. De plus, les recherches en contexte canadien ou, encore, québécois ne sont que trop peu nombreuses, tout comme celles s'intéressant au point de vue des récepteurs de ces médias.

Le prochain chapitre présente la méthodologie que nous utilisons, afin de recueillir, traiter, analyser, interpréter et synthétiser les données, permettant de répondre aux questions générale et spécifique de la présente étude.

Chapitre 4
Méthodologie

Ce chapitre présente la méthodologie que nous utilisons, afin de recueillir, traiter, analyser, interpréter et synthétiser les données, permettant de répondre aux questions générale et spécifique de la présente étude. Il traite de la stratégie de recherche et de la méthode utilisée, de la méthode et de l'instrument de collecte de données, de la population et des stratégies d'échantillonnage, de même que de la stratégie d'analyse des données. Ce chapitre se termine en faisant l'état des précautions éthiques prises pour réaliser cette étude avec des êtres vivants, ainsi qu'un résumé des difficultés rencontrées lors du recrutement de l'échantillon.

4.1 Stratégie de recherche et méthode utilisée

4.1.1 *Stratégie de recherche.* Cette étude s'inscrit dans un devis descriptif, selon Fortin et al. (2006). « Le devis descriptif sert à dégager les caractéristiques d'un phénomène de manière à obtenir un aperçu général d'une situation ou d'une population » (p. 188). Nous tentons, ici, de décrire les manières utilisées par CPAM (1610 AM), telles que perçues par les Néo-Québécois d'origine haïtienne, pouvant contribuer à leur insertion à la société d'accueil, soit le Québec. Puisque les études sur les médias ethniques montrent que la consommation de ce type de médias par les immigrants joue un rôle sur leur insertion, nous souhaitons mieux connaître et comprendre ce phénomène, en tentant de décrire de quelles manières, plus

spécifiquement, le média ethnique CPAM (1610 AM) contribue à l'insertion de la communauté haïtienne de Montréal à la société québécoise. Ce type de stratégie est souvent utilisé dans le cadre d'une recherche sur un sujet peu étudié, donc peu documenté, ce qui est le cas du présent sujet. De façon plus précise, l'étude proposée se veut descriptive simple (Fortin et al., 2006). À cet effet, « l'étude descriptive simple implique la description complète d'un concept relatif à une population, de manière à établir les caractéristiques de la totalité ou d'une partie de cette dernière » (p. 189).

4.1.2 *Méthode utilisée.* Afin de répondre à la question de recherche, la méthode qualitative de recherche est utilisée. En effet, l'intention de décrire des perceptions s'inscrit dans ce type de méthode. Dans le cas d'une étude qualitative, il importe que les résultats soient crédibles (Gillis & Jackson, 2002, cité dans Fortin et al., 2006), soit de présenter la réalité le plus fidèlement possible afin que l'interprétation puisse paraître plausible pour les participants (idem).

4.2 Méthode et instrument de collecte de données

Dans cette section, nous identifions la méthode de collecte de données, ainsi que l'instrumentation utilisée pour mener cette recherche. De plus, nous survolons les informations que vise à recueillir notre instrument.

4.2.1 *Méthode de collecte de données.* Puisque nous voulons obtenir des informations particulières sur un sujet, la collecte des données est faite par entretien semi-dirigé.

4.2.2 *Instrumentation.* Afin de réaliser nos entretiens semi-dirigés, nous utilisons un schéma d'entrevue que nous avons nous-mêmes créé et qui a été brièvement ajusté au fil des entrevues réalisées. Composé de thèmes et de sous-thèmes que nous verrons plus bas, ce guide est construit afin de permettre à la discussion de commencer en douceur pour, peu à peu, aller plus en profondeur sur les thèmes-clés qui nous intéressent.

4.2.2.1 *Déroulement des entretiens.* Afin de procéder à la collecte des données, des entretiens téléphoniques enregistrés sont réalisés de façon individuelle, entre le 19 septembre 2010 et le 6 novembre 2010. Leur durée moyenne est d'une heure. Un premier contact téléphonique est planifié afin de rappeler les détails relatifs à l'étude et au déroulement de l'entretien, ainsi que pour fixer un rendez-vous. Un climat de confiance tente d'être instauré par la chercheuse dès lors. C'est celle-ci qui contacte le participant à la date et à l'heure convenues. Le lieu où se trouve le participant au moment de l'entrevue est au choix de ce dernier. La conversation se déroule en français.

4.2.3 *Informations recueillies.* L'instrument, composé de questions ouvertes, vise à recueillir quatre types d'informations, soit des données relatives aux habitudes d'écoute de CPAM (1610 AM) par les auditeurs, des données sur les impressions qu'ont les participants sur cette radio ethnique, des données ayant trait directement au thème de

sa contribution à leur insertion à la société québécoise et, enfin, les données sociodémographiques des participants à l'étude⁸.

4.2.3.1 *Données sur le profil d'auditeur de CPAM (1610 AM)*. Les questions 1 à 8 du questionnaire visent, en plus de briser la glace et de faire connaissance avec le participant, à établir un profil d'auditeur de la radio ethnique CPAM (1610 AM). En connaissant mieux les habitudes médiatiques générales du participant, ses habitudes d'écoute de CPAM (1610 AM) en particulier, ainsi que les émissions qu'il écoute et les sujets qu'il préfère voir traiter par cette radio ethnique, nous pouvons dégager le profil d'auditeur du participant.

4.2.3.2 *Données sur les perceptions sur CPAM (1610 AM)*. Les questions 9 à 13 du questionnaire visent, quant à elles, à établir les perceptions du participant sur CPAM (1610 AM), et ce, en le faisant verbaliser les raisons de l'écoute de cette radio ethnique, de ce qu'il aime de celle-ci et de la confiance qu'il témoigne envers elle. Enfin, en demandant au participant si CPAM (1610 AM) contribue à répondre aux besoins d'immigrant du participant, la question 14 (Q14) nous permet d'introduire la discussion au concept de l'insertion, sujet qui est le cœur de la suite du questionnaire.

4.2.3.3 *Données sur les perceptions des manières utilisées par CPAM (1610 AM) pour contribuer à l'insertion de la communauté haïtienne à la société québécoise*. Les

⁸ Une copie du guide d'entretien se trouve en Appendice A.

questions 15 à 20 du questionnaire visent, respectivement, à traiter des perceptions qu'ont les participants sur les manières dont CPAM (1610 AM) s'y prend pour contribuer à l'insertion de la communauté haïtienne à la société québécoise en général (Q15), du point de vue d'une insertion personnelle et communautaire (Q16), d'une insertion juridique (Q17), d'une insertion économique (Q18), d'une insertion linguistique (Q19) et, enfin, d'une insertion politique (Q20). Les questions 21 à 23 proposent au participant de conclure en résumant sa satisfaction sur la contribution de CPAM (1610 AM) à l'insertion des immigrants haïtiens, en lui demandant de quelles manières la radio ethnique peut mieux y contribuer et s'il a autre chose à ajouter avant de conclure.

4.2.3.4 *Données sociodémographiques.* Les questions 24 à 30 visent à recueillir des données sociodémographiques sur les participants, ce qui nous permet de mieux identifier leur profil, ainsi que de les comparer aux données disponibles sur l'ensemble de la communauté haïtienne du Québec (MICC, 2010), pour nous assurer d'une certaine représentativité de cette population.

4.3 Population et stratégies d'échantillonnage

Nous présentons les différents aspects relatifs à l'échantillon, soit la population concernée, la taille de l'échantillon, les procédures d'échantillonnage envisagées ainsi que le portrait de notre échantillon.

4.3.1 *La population concernée.* L'échantillon est formé à partir de la population concernée par cette étude, soit des immigrants de première génération originaires d'Haïti. Ces derniers doivent être nés en Haïti et avoir migré au Québec à un moment de leur vie. Bien entendu, il va de soi que CPAM (1610 AM) doit faire partie de leurs habitudes médiatiques. À ce sujet, nous avons choisi de ne pas imposer de minimum d'heures d'écoute, mais plutôt de nous satisfaire du fait que les participants nous disent écouter régulièrement ce poste de radio. De plus, l'échantillon doit habiter la région métropolitaine de Montréal, puisque c'est la région desservie par le rayon de diffusion de CPAM (1610 AM). Les participants doivent être âgés de 18 ans ou plus, question de ne considérer que les adultes. Enfin, ils doivent détenir au moins le statut de résident permanent. En effet, le critère d'inclusion portant sur le statut de résident permanent de l'immigrant est ajouté, afin d'exclure les sujets détenant un statut de réfugié. Cette situation nous aurait confrontés à une trop large variété de profils d'immigrants relevant d'un processus d'insertion plus complexe, étant donné l'obligation de l'immigrant de se réfugier hors de son pays d'origine.

4.3.2 *La taille de l'échantillon.* Considérant que l'objectif de cette étude n'est pas de rendre compte d'une population, mais de recueillir de l'information pertinente pour mieux connaître et comprendre un phénomène, l'échantillon peut être restreint (Mongeau, 2009, p. 93-94). À ce titre, il ne s'agit pas de refléter fidèlement la répartition de caractéristiques d'une population, mais de proposer la compréhension d'un phénomène à partir de perceptions existantes chez des membres représentatifs de cette

population (idem). Mongeau (2009), en parlant du facteur de la saturation de l'information, suggère de sept à douze entrevues (p. 94). Pour leur part, Fortin et al. (2006) parlent de six à dix (2006, p. 240). De plus, cette étude est réalisée dans le cadre de l'obtention d'un diplôme de maîtrise, ce qui signifie l'implication d'une seule chercheuse. Ainsi, l'échantillon se compose de huit sujets, puisque c'est à ce moment que l'analyse des données montre une saturation des résultats.

4.3.3 *Procédures d'échantillonnage.* Comme cette étude comporte de nombreux critères d'inclusion, différentes procédures d'échantillonnage de type non probabiliste sont choisies, soit l'échantillonnage par choix raisonné, par réseaux, accidentel et par quotas. En premier lieu, afin de recruter les sujets de l'échantillon, nous sollicitons la plupart des centres communautaires, des associations, des compagnies de taxis, des médias et des instances politiques destinés exclusivement ou en partie à la communauté haïtienne de la région métropolitaine de Montréal. Tous sont contactés par courriel et/ou par téléphone afin de leur demander de diffuser une petite annonce⁹. Une liste exhaustive des instances contactées, ainsi que des retombées de leur participation, nous sert aussi d'outil¹⁰. Parmi ceux-ci, CPAM (1610 AM) nous a prêté main-forte. En effet, nous avons enregistré une publicité de 30 secondes qui a été diffusée en boucle pendant plusieurs semaines sur ses ondes¹¹. Nous avons aussi réalisé une entrevue d'une quinzaine de minutes en direct, le 11 septembre 2010, avec Jean Ernest Pierre pendant

⁹ Une copie de cette petite annonce se trouve en Appendice B.

¹⁰ Une copie de cette liste se trouve en Appendice C.

¹¹ Une copie du texte de cette publicité se trouve en Appendice D.

l'émission *Grasse Matinée*. Suite à cette entrevue, deux individus de sexe masculin correspondant au profil recherché nous contactent et sont retenus. Ensuite, un de ces deux participants nous réfère à son frère. Enfin, lors d'un gala organisé par CPAM (1610 AM), en l'honneur de son 8^e anniversaire, le 16 octobre 2010, au Buffet Christina (6566, rue Jarry Est, Montréal), nous procédons à un échantillonnage accidentel parmi les gens présents. Dix personnes nous donnent leurs coordonnées, parmi lesquelles nous choisissons un homme et quatre femmes.

4.3.4 *Portrait de l'échantillon*. Nous présentons le portrait de l'échantillon de notre étude en deux temps, soit le portrait sociodémographique¹² et le portrait d'auditeurs de CPAM (1610 AM) de l'échantillon.

4.3.4.1 *Portrait sociodémographique de l'échantillon*. Cette section vise à tracer le portrait sociodémographique de l'échantillon. Nous le comparons au profil de la communauté haïtienne de Montréal (MICC, 2010), présenté au chapitre 2.

4.3.4.1.1 *Le sexe et l'âge des participants*. Quatre hommes et quatre femmes composent notre échantillon, ce qui correspond à l'ensemble de la population haïtienne du Québec. Malgré nos efforts pour diversifier le profil des participants composant notre échantillon, tous ont entre 43 et 64 ans. Un est dans la quarantaine, quatre sont dans la cinquantaine et trois sont au début de la soixantaine. Sachant que presque 47 % de la

¹² Le portrait des participants présenté individuellement, ainsi que les détails relatifs au contact de chacun d'eux, se trouve en Appendice E.

population haïtienne a moins de 25 ans (MICC, 2010), nous ne pouvons pas affirmer que notre échantillon est représentatif de cette population. Par contre, si nous avions eu des données relatives au profil sociodémographique des auditeurs de CPAM (1610 AM), peut-être aurions-nous pu affirmer une représentativité de celui-ci. Selon l'étude de Millette, Millette et Proulx (2010), les 55 ans et plus de cette communauté sont ceux qui ont un attachement le plus fort envers les quotidiens et les journaux ethniques (20 %) et la radio (55 %).

4.3.4.1.2 *L'état matrimonial des participants.* Parmi les participants, quatre sont mariés, deux sont célibataires, un est conjoint de fait et un autre est séparé.

4.3.4.1.3 *Le revenu annuel du foyer des participants.* Le revenu annuel du foyer des participants se situe entre 20 000 et 30 000 \$ pour trois d'entre eux, entre 30 000 et 40 000 \$ pour deux d'entre eux et de plus de 50 000 \$ pour les trois autres, alors que les revenus moyens des membres de la communauté haïtienne correspondent à 23 044 \$ (MICC, 2010).

4.3.4.1.4 *L'emploi des participants.* Parmi les personnes participantes, six sont sur le marché du travail, tandis qu'un est retraité et qu'un autre est au chômage. Parmi les participants qui travaillent, un est chauffeur de taxi, un est homme d'affaires, une est préposée aux bénéficiaires aux soins à domicile (personnes âgées), une est éducatrice à la maison et une autre en garderie, ce qui correspond tout à fait aux principaux secteurs

industriels occupés par la communauté haïtienne selon les données de 2006 (MICC, 2010).

4.3.4.1.5 *Nombre de personnes habitant le foyer des participants.* Entre une et quatre personnes habitent le foyer des participants : un habite seul, un habite avec quelqu'un, trois habitent avec deux personnes et trois autres avec trois personnes.

4.3.4.1.6 *Le dernier niveau de scolarité atteint par les participants.* Deux ont l'équivalent d'un secondaire 3, deux disent avoir un secondaire 5 ou l'équivalent, deux ont un niveau collégial, un a un baccalauréat et un a un certificat de deuxième cycle. Deux nous précisent avoir entrepris des certificats de premier cycle ou, encore, une maîtrise, sans les avoir complétés. Dans l'ensemble, ce portrait correspond aux données de 2006 (MICC, 2010), bien que notre échantillon ait une plus forte proportion de sujet possédant un diplôme d'études supérieures.

4.3.4.1.7 *Le nombre d'années depuis l'arrivée des participants au Québec.* Tous les participants sont nés en Haïti (immigrants de première génération). Il ont passé entre 20 et 43 ans au Québec au moment de l'entrevue, pour une moyenne de 31 ans. Ils sont arrivés, dans cinq cas, dans la vingtaine et, dans trois cas, au début de la trentaine. La moitié des participants sont arrivés avant 1981, tandis que la seconde moitié est arrivée au cours de la période de 1981 à 1990.

4.3.4.2 *Portrait d'auditeurs de CPAM (1610 AM) de l'échantillon.* Le questionnaire utilisé pour cette étude comprend une portion relative aux habitudes d'écoute des participants auditeurs de CPAM (1610 AM).

4.3.4.2.1 *Les préférences médiatiques des auditeurs.* La question 1 (Q1) vise à déterminer quels médias consomment les répondants et la question 2 (Q2) propose de situer CPAM (1610 AM) dans leurs préférences parmi les médias mentionnés précédemment. Le tableau 3 présente les résultats obtenus à la question 1 (Q1) :

Tableau 3

Résultats de la Q1 : Consommation médiatique des participants
(radio, télévision, imprimés et Internet)

Type	Catégories de médias			
Radio	Privées	Nationales	Universitaire	Communautaire
	-CPAM (1610 AM)	-Première chaîne	-CKUT	-CFMB
	-98,5 FM (98,5 FM)	(95,1 FM)	(90,3 FM)	(1280 AM)
	-Rock Détente (107,3 FM)	-Espace musique (100,7 FM)		
Télévision	Hertziennes	Câblées ou satellitaires		
	-Radio-Canada	-LCN		
	-TVA	-RDI		
		-CNN		
		-TV5 (Nouvelles européennes)		
		-Canal Vie		
		-Canal Évasion		
Imprimés	Payants	Gratuits	Gratuit (communautaire)	
	-La Presse	-Journal 24h	- Le guide de Montréal-Nord	
	-Journal de Montréal	-Journal Métro		
	-Toronto Star			
	-Globe and mail			
	-The Gazette			
Internet	-2 mentions			

Cette question vise à ouvrir la discussion sur les médias en général. Puis, par la même occasion, elle tente de confirmer que le participant consomme effectivement la radio ethnique CPAM (1610 AM). Ce tableau comprend l'ensemble des médias mentionnés par chacun des participants. La consultation des médias nous permet de mieux cerner le profil du participant. Tous (8) ont mentionné CPAM (1610 AM) dans leurs habitudes

médiatiques. Les médias mentionnés sont majoritairement des médias d'information. D'ailleurs, selon le modèle de Kim (2001), une plus grande consommation de contenus médiatiques informatifs, plutôt que de divertissement indique généralement une meilleure insertion de l'immigrant à la société d'accueil (tiré de Bérubé, 2009). Seuls deux participants mentionnent utiliser Internet pour s'informer. On peut supposer qu'au moins sept des huit participants ont accès au câble. Un des participants étant originaire de Toronto, le *Toronto Star* et le *Globe and Mail* se trouvent dans les imprimés consultés. On remarque aussi que, mis à part CPAM (1610 AM), deux autres médias de type radiophonique, destinés en partie à la communauté haïtienne se trouvent parmi les résultats, soit l'émission *Samedi midi-inter* animée par Raymond Laurent en direct d'Haïti (CKUT, 90,3 FM) et l'émission *Pitiit Kay* (CFMB, 1280 AM).

La deuxième question, qui consiste à situer CPAM (1610 AM) dans leurs préférences pour les médias mentionnés précédemment, suscite quatre types de réponses. Quatre des participants placent la radio qui nous intéresse dans cette étude au premier rang de leurs préférences médiatiques : « C'est ma radio préférée » (Sujet 1), « Ha! 100% ! » (Sujet 6), « Mon Dieu !, CPAM se situe au premier choix ! » (Sujet 8).

Deux autres participants ont, pour leur part, une opinion moins tranchée, expliquant que chaque média a son importance (Sujet 5) et que CPAM ne comble pas tous les besoins, par exemple, une passion pour la musique classique (Sujet 4).

Le Sujet 2 mentionne pour sa part que bien que CPAM (1610 AM) ne soit pas son média préféré, cette radio ethnique « vient le chercher au nom de la culture » (Sujet 2). Enfin, un dernier participant (Sujet 7) dit ne pas avoir de préférences pour les médias qu'il consomme. Notons aussi que six des huit participants à cette étude sont recrutés lors d'une réception en l'honneur du 8^e anniversaire de la station de radio.

Quand nous avons réalisé notre questionnaire, il était d'abord destiné à des immigrants haïtiens arrivés au Québec depuis moins de 10 ans. Nous trouvions alors pertinent de savoir comment ceux-ci avaient découvert CPAM (1610 AM). Puisqu'aucun immigrant haïtien, arrivé depuis moins de 10 ans au Québec, n'a participé à notre étude, la majorité des réponses obtenues (7) affirment que l'ouverture de cette station de radio a été faite à grand déploiement en 2002 et que l'entière de la communauté a vite su qu'une radio ethnique lui serait en partie destinée, que ce soit grâce aux publicités ou au bouche-à-oreilles. Un participant mentionne qu'il écoutait déjà Jean Ernest Pierre, via la radio communautaire de Longueuil (FM103,3), où il travaillait avant de fonder CPAM (1610 AM).

4.3.4.2.2 *Les habitudes d'écoute de CPAM (1610 AM)*. Les questions 4, 5 et 6 visent à établir les habitudes d'écoute des participants, soit la fréquence, le temps et le lieu de leur écoute de CPAM (1610 AM).

Les participants à l'étude écoutent cette radio ethnique tous les jours, sauf un des candidats (Sujet 2), qui ajoute que s'il se dit quelque chose d'important sur les ondes, ses amis l'appellent. Les trois participants qui écoutent le plus CPAM (1610 AM) peuvent l'écouter au travail, puisqu'ils occupent un emploi soit à la maison (Sujet 6), soit dans leur voiture (Sujet 1), soit ils intègrent la musique à certaines activités de leur travail (Sujet 8). Pour au moins deux d'entre eux (Sujets 6 et 8), le poste de radio est allumé toute la journée, même la nuit. Le Sujet 8 ajoute que plusieurs postes de radio syntonisés au 1610 AM sont en fonction simultanément dans toute la maison. Deux des participants (Sujets 2 et 5) qui l'écoutent le moins mentionnent qu'ils n'ont plus de voiture ou encore, que la radio de la voiture ne fonctionne pas. Les huit sujets de l'échantillon l'écoutent à la maison.

4.3.4.2.3 *Les préférences quant aux émissions et aux sujets.* Les questions 7 et 8 visent à savoir quelles émissions et quels sujets sont les plus appréciés par nos participants. Les résultats, sans grande surprise, correspondent à ce que nous aurions imaginé des préoccupations d'un immigrant haïtien. En effet, les éléments de réponses les plus souvent mentionnés sont les nouvelles en général, les nouvelles d'Haïti, les émissions à caractère religieux, la musique haïtienne, les lignes ouvertes et les émissions d'affaires publiques.

4.4 Stratégie d'analyse des données

4.4.1 *Traitement des données.* Suite aux entretiens réalisés, l'ensemble des discours enregistrés sont transcrits tels quels, conservant les fautes orales, les tics, les rires et le ton. Il en va de même lors de la présentation des données : nous choisissons de présenter les portions de verbatim retenues avec les fautes et les répétitions. Cette décision est prise avec le souci de ne pas dénaturer le message des immigrants haïtiens rencontrés qui parlent tous un français créolisé. Toutefois, un minimum de ponctuation est ajouté, par souci de faciliter leur lecture.

Suite à la transcription des données recueillies, un examen phénoménologique des données est fait, suivant la méthode de Paillé (2008). Nous procédons à des lectures multiples du corpus pour ensuite inscrire, en marge de celui-ci, de courtes synthèses de contenu. Enfin, nous rédigeons les récits phénoménologiques de chacun des participants.

4.4.2 *Analyse des données.* L'analyse thématique selon Paillé (2008) est choisie afin d'analyser nos données. Ce type d'analyse consiste à, en premier lieu, repérer les thèmes pertinents en lien avec l'objectif de notre recherche, pour ensuite documenter certains thèmes au sein de l'ensemble thématique. À l'aide du logiciel NVivo 8, qui est choisi comme support matériel à l'analyse, nous relevons les thèmes se dégageant des discours des participants, thèmes confirmés par l'examen phénoménologique fait précédemment, pour ensuite les disposer sous forme d'arbre thématique. Nous optons pour l'analyse thématique en continu, c'est-à-dire que notre démarche d'attribution de

thèmes est ininterrompue et que notre arbre thématique est bâti en même temps (Paillé, 2008). Au fil de l'analyse, certains thèmes sont regroupés, fusionnés et hiérarchisés. Ainsi, nous tentons de trouver un sens aux données recueillies et de comprendre de quelles manières elles répondent à notre question de recherche (Strauss & Corbin, 2004, p. 98-99), à savoir : « De quelles manières, selon les perceptions des membres de la communauté haïtienne de la région métropolitaine de Montréal, CPAM (1610 AM) contribue-t-elle à l'insertion de leur communauté à la société québécoise ? ».

4.4.3 *Posture d'analyse*. Lors des entretiens, une atmosphère teintée de tristesse et de nostalgie est remarquée par la chercheuse. Nous associons sans hésitation cette remarque à la situation actuelle d'Haïti, suite au séisme de janvier 2010 et à toutes les blessures occasionnées. Prenant en compte l'actualité détaillée dans le cadre contextuel de cette étude (chapitre 2), la nostalgie de la terre natale éprouvée par les immigrants participants ainsi que la personnalité sensible de la chercheuse, la posture de l'analyste en est donc une de sensible aux sentiments.

4.5 Éthique

Comme il se doit dans toutes recherches sociales traitant avec des sujets humains, les droits et libertés de ceux-ci sont respectés. Pour ce faire, nous portons une attention particulière au respect de l'intégrité morale et physique, à la confidentialité et au consentement libre et éclairé des participants. De plus, le canevas d'entretien est approuvé par un comité d'éthique de la recherche. Un formulaire de consentement et une

lettre d'information détaillés expliquant les objectifs de la recherche, la liste des personnes autorisées à avoir accès à l'information recueillie, ainsi que les droits du participant, leur sont lus avant l'entretien téléphonique¹³. L'accord oral de tous les participants est obtenu et enregistré. Les documents contenant toutes les informations confidentielles sont gardés sous clé. Puis, ils seront détruits à la fin de l'étude. Notons que, comme il est question d'insertion dans cette recherche, il y a un risque qu'un ou que plusieurs participants montrent des signes de non-insertion. Bien que nous n'y ayons pas eu recours, nous nous sommes préparés à cette situation en nous gardant sous la main une liste de ressources susceptibles de pouvoir leur venir en aide.

4.6 Difficultés rencontrées

La décision d'obtenir un échantillon composé uniquement d'immigrants arrivés au Québec depuis moins de dix ans est prise avec l'idée que cette recherche s'inscrit plus particulièrement dans les deux premiers processus de l'insertion expliqués au chapitre 1, soit ceux de l'adaptation et de l'intégration. En effet, Gaudet (2005, tiré de Bérubé, 2009), observe que l'intégration est, en général, en voie d'être complétée dix ans après l'arrivée de l'immigrant. Par contre, une fois rendues à l'étape de la recherche de participants, la réponse à nos attentes de participation est bien maigre. Souhaitant remédier à la situation, nous choisissons d'assouplir les critères de participation à l'étude et d'éliminer le critère relatif au minimum d'années passées au Québec. Lors du gala au cours duquel nous recrutons la majorité de nos participants, nous estimons avoir parlé à

¹³ Une copie de ces documents se trouve en Appendices F et G.

une soixantaine de personnes individuellement, la plupart nous promettant de nous rappeler pour participer. Aucun téléphone n'est reçu suite à cet événement. Tous les candidats rencontrés lors de cette soirée nous disent pourtant avoir entendu notre annonce diffusée sur les ondes de CPAM (1610 AM) et la plupart prétextent ne pas nous avoir contactés en raison du critère sur le nombre d'années depuis l'arrivée au Québec. À notre connaissance, nos efforts de recrutement n'ont aucune retombée du côté des annonces faites auprès des organismes, ainsi que du côté de la diffusion de l'annonce sur les ondes de CPAM (1610 AM). Malgré tout, nous recrutons dix personnes intéressées, parmi lesquelles huit sont contactées pour leur participation.

Une autre difficulté rencontrée, celle-ci lors des entretiens, reste en lien avec ce qui est mentionné précédemment. En effet, puisque les participants à l'étude habitent le Québec depuis 20 à 43 ans, plusieurs nous répondent que CPAM (1610 AM) ne participe pas à leur insertion générale à la société québécoise, puisque la radio ethnique n'a que huit ans. Les participants se sentent parfois même obligés de nous prouver qu'ils sont bien intégrés à leur société d'accueil en nous donnant des exemples de leur cheminement de vie depuis leur arrivée au Québec. Nous avons alors été dans l'obligation de généraliser nos questions en demandant plutôt de quelles manières, selon eux, CPAM (1610 AM) contribue à l'insertion de la communauté haïtienne en général à la société québécoise. Par la même occasion, cette formulation évite au participant de nous prêter la fausse intention de vouloir juger de son état d'insertion, impression que nous avons eue lors des premiers entretiens.

Le prochain chapitre présente les résultats obtenus suite à la collecte de données recueillies lors des entretiens avec les participants de l'étude. Cette étape nous mène à l'analyse, à l'interprétation et à la discussion des résultats. Enfin, une synthèse de ces derniers en réalisée.

Chapitre 5

Résultats

Ce chapitre se divise en trois parties : la première vise à présenter les résultats obtenus suite à la collecte de données recueillies lors des entretiens avec les participants de l'étude. La seconde vise l'analyse, l'interprétation et la discussion des résultats, et se termine par la synthèse des résultats.

5.1 Présentation des résultats

Dans cette partie du chapitre, nous présentons les résultats issus des données recueillies auprès de huit participants à l'étude. En premier lieu, nous présentons les éléments de réponse en lien avec la perception de la contribution de CPAM (1610 AM) à l'insertion des Haïtiens à la société québécoise. Suit, ensuite, la présentation des cinq thèmes qui émergent de l'ensemble des discours des participants (Paillé & Mucchielli, 2008).

5.1.1 *Résultats aux questions portant sur les perceptions de l'insertion des immigrants haïtiens à la société québécoise.* Les résultats obtenus sont présentés en lien avec la contribution de CPAM (1610 AM) à l'insertion des Haïtiens à la société québécoise, en fonction des cinq dimensions proposées par Gaudet (2005), soit juridique, économique, linguistique, personnelle et communautaire, ainsi que politique.

5.1.1.1 *Insertion juridique.* Tous les participants confirment que de l'information ayant trait à l'insertion juridique à la société québécoise est diffusée sur les ondes de CPAM (1610 AM). Afin de présenter les résultats obtenus pour cette première dimension de l'insertion à la société d'accueil, nous avons classé ceux-ci en trois catégories, soit les résultats évoquant des aspects généraux de l'insertion juridique, ceux évoquant des aspects législatifs et ceux évoquant des aspects en lien avec l'immigration.

A- Insertion juridique en général

Ce n'est un secret pour personne dans la communauté : Jean Ernest Pierre est avocat. Il n'est donc pas surprenant d'entendre, en premier lieu, les participants dire que la juridiction canadienne fait l'objet de certaines chroniques diffusées sur les ondes de CPAM (1610 AM) et, en second lieu, que toutes les réponses obtenues sur cet aspect de l'insertion font référence à Jean Ernest Pierre. Par ailleurs, les participants à l'étude s'entendent pour dire qu'en plus de connaître la Loi canadienne, il se fait, d'une certaine manière, médiateur entre cette dernière et les immigrants haïtiens : « Lui, vu qu'il est avocat, il intervient assez souvent pour expliquer certains enjeux, expliquer aussi certains critères à respecter » (Sujet 3). Ainsi, en expliquant certains détails de la loi, il arrive à la faire mieux connaître et comprendre aux auditeurs, même à ce participant affirmant que CPAM (1610 AM) n'a pas contribué à son insertion à la société québécoise, étant donné son arrivée au pays il y a environs 35 ans :

Bon bien entendu, étant donné Jean Ernest Pierre, quand même c'est un intellectuel de haut niveau, et puis je dis que y m'aide pas moi, mais écoutez, c'est

un spécialiste en droit, moi je ne connais rien en droit (...) et quand il vient sur des sujets pointus, mais il m'apporte quelque chose. (Sujet 3)

De cette manière, Jean Ernest Pierre peut se permettre, comme l'indique ce prochain participant, de conseiller les auditeurs en matière de droit, pour ainsi contribuer à leur éducation juridique générale :

Des fois, y a des lois, qui essaye de dire que «si vous faites ça, c'est pas bon. Si vous faites ça, c'est pas bon. C'est mieux pour vous de faire ça ». Il essaye d'éduquer les les les les auditoires. Oui il éduque parce que, il éduque pas mal les auditoires hein. Ha moi, je me sens plus éduqué qu'avant. Ok ? (Sujet 1)

Enfin, toujours en contribuant de façon générale à l'insertion juridique des membres de la communauté haïtienne de Montréal à la société québécoise, Jean Ernest Pierre prend parfois position pour la communauté, lors de situations juridiques qui sont plus à sa portée que pour les immigrants haïtiens en général :

Il émet des commentaires quand il y a une lourdeur administrative pour que ça se corrige, il fait des interviews avec certains politiciens, certains ministres aussi face à la situation, je pense que de ce fait, à ce niveau-là, il aide. (Sujet 3)

Ainsi, la contribution perçue de CPAM (1610 AM) à l'insertion juridique se situe en partie dans l'information générale diffusée à ce sujet, plus précisément dans le partage de connaissances de Jean Ernest Pierre, sur l'éducation juridique générale des auditeurs et dans la prise de position de la radio ethnique pour la communauté, lors de situations juridiques qui ne sont pas à la portée de ses membres.

B- Aspect législatif de l'insertion juridique

La seconde catégorie de résultats répertoriés suite à notre collecte de données traite de l'aspect législatif de l'insertion juridique. En premier lieu, Jean Ernest Pierre, avocat et directeur de CPAM (1610 AM), participe à l'éducation législative des auditeurs, notamment en répondant à leurs questions d'ordre juridique, en les encourageant à faire valoir leurs droits et en les aidant à se retrouver dans un univers pouvant sembler complexe :

Pour les gens qui sont, comment dirai-je, qui sont accusés inutilement et qui a des intervenants qui les fait savoir où ils peuvent porter plainte et où ils peuvent faire des démarches pour avoir justice et tout et tout. Il y a des avocats qui sont, ils y a des jeunes qui ont subi des injustices aussi, qui appellent dans les lignes ouvertes, et il y a des intervenants qui les encouragent, qui les dirigent pour aller trouver, pour répondre à leur question et tout et tout. Donc je pense que même sur le plan juridique, et immigration juridique, y a des lignes ouvertes qui sont faites souvent par période de l'année avec des intervenants, des avocats, des références, vraiment des gens pour aider des gens qui sont mal pris, qui savent pas où porter plainte, où dire, où aller, donc avec des intervenants qualifiés, ou il les dirige vers des tables de concertations. Donc il est là aussi sur ce point là juridique aussi pour faire connaître aux gens les lois qui disent de quoi y aurait subi, donc des injustices souvent ou des causes que ils ont vécues mais qu'ils ne savent pas où. (Sujet 8)

L'éducation est aussi faite au sujet de la manière de se comporter avec les autorités québécoises :

Vous devez, vous devez essayer, ils montrent aux gens de parler d'une façon plus respectueux avec les, avec les autorités, (...) faire confiance, c'est ça, c'est ça et puis quand il explique aux jeunes quand vous êtes arrêtés par un policier, c'est pas le temps de dire : « Ha non », tu commences à sacrer ou du moins à faire à faire du gros colère avec ça là. Il faut rester tranquillement, ils vous demandent un papier, votre papier, vous dire : « ok, voici mon papier » et puis si vous êtes en tort, vous, y vous donnent un billet de contravention et puis avec ce billet de contravention, vous pouvez le contester, au lieu de commencer à faire toutes

sortes de choses là. Alors c'est pas bon. Il éduque Vraiment. Il a fait un travail d'éducation pou pou pou pou pou les jeunes et pour tout le monde. (Sujet 1)

Ensuite, un participant nous explique que CPAM (1610 AM) a déjà eu à expliquer les différences culturelles qui peuvent exister entre Haïti et le Québec, notamment en matière juridique :

Parce que les gens pensent toujours que, en tout cas dans notre culture en arrière de notre tête, que les lois sont faites pour, comme pour les punir. Alors que la loi est faite pour vous protéger. (Rires) C'est vrai, la loi est faite pour vous protéger. Donc le fait de montrer que vous adhérez à la loi, dans un système démocratique, c'est un pays de lois. Donc c'est la seule façon que vous allez évoluer très très bien, c'est en respectant les différentes lois. (...) Il y a des bénéfices à respecter la loi. C'est pas pour rien. (Rires) C'est pas pour les oiseaux qu'ils ont écrit ça, c'est parce qu'il y a des bénéfices directs. Mais les gens le voient des fois comme une punition. (Sujet 4)

C'est donc en partie en participant à l'éducation législative des auditeurs par différentes manières et en comparant les différences juridiques entre les deux communautés que CPAM (1610 AM) contribue à l'insertion juridique des immigrants haïtiens.

C- Aspect immigration de l'insertion juridique

CPAM (1610 AM) est un média destiné en majorité à des immigrants de première génération. À ce titre, le volet immigration de l'insertion juridique se doit d'être traité. En effet, les participants relatent qu'on y conseille en affaires d'immigration, notamment au sujet du statut d'immigrant :

Ça fait partie de nous. Vous comprenez ? Ha oui oui oui, ça fait partie de nous, ça répond. Comme par exemple y a des immigrants, les nouveaux immigrants des fois qui sont venus, le directeur essaye de trouver des places pour ces gens-là.

Ha oui des fois quand y a un immigrant, par exemple, y avait un fils des immigrants qui viennent d'un peu partout, je pense de Miami, pour demander l'asile quelque part. Mais quand même la radio est toujours là pour les conseiller. (Sujet 1)

L'incitation à régler son statut fait aussi partie des conseils donnés en matière d'immigration. Un participant relate les paroles de Jean Ernest Pierre : « C'est parce que si vous avez pas de papiers, allez, demandez, y faut en chercher. Si vous inactifs, c'est pas bon » (Sujet 1). Par contre, un participant remet les choses en perspective et rappelle que : « Bon, c'est quand même pas une agence de consultation en immigration, c'est une station de radio » (Sujet 3).

C'est grâce à ses conseils en affaire d'immigration, ainsi qu'à l'incitation à régler le statut des immigrants haïtiens, que la contribution de CPAM (1610 AM) est perçue en termes d'insertion juridique.

5.1.1.2 *Insertion économique.* L'information en ondes touchant la seconde dimension de l'insertion proposée par Gaudet (2005), soit l'insertion économique, est constante, même quotidienne. Les réponses en lien avec cette dimension se divisent en trois catégories qui se rejoignent, soit l'insertion à l'école, l'insertion au marché du travail et l'aspect financier.

A- Insertion à l'école

La scolarisation est un aspect important de l'insertion économique des immigrants et

CPAM (1610 AM) semble avoir à cœur ce sujet. À ce titre, les jeunes sont un sujet d'importance sur les ondes de cette radio ethnique. Il n'est donc pas étonnant que CPAM (1610 AM) motive ces derniers à entreprendre des études. Par contre, tout en confirmant cette motivation, ce participant nous apprend que CPAM (1610 AM) dirige aussi ses auditeurs « dans l'apprentissage des métiers » (Sujet 3):

Au niveau du marché du travail, comme j'ai déjà dit, mais il les invite quand même à étudier. À étudier et puis à ne pas rester dans le sous-sol, de ne pas jouer au paresseux, et d'aller étudier, quand par exemple, même si y a des domaines, comme je peux dire, certaines émissions misent sur l'importance capitale pour les jeunes de faire des professions techniques et professionnelles, au lieu de s'éterniser sur des options qui ne mènent nulle part. Ou des options pour lesquelles ils n'ont pas de capacités. Cela c'est un véhicule n'est-ce pas de... Il joue le rôle de véhicule qui fait bouger les..., appeler à faire bouger les jeunes.
(Sujet 3)

De plus, certaines émissions diffusées à CPAM (1610 AM) renseignent, donnent des conseils aux familles pour bien intégrer les enfants à l'école, pour les aider dans leur cheminement d'insertion scolaire. Enfin, CPAM (1610 AM) n'oublie pas les plus vieux, les raccrocheurs ou, encore, les immigrants souhaitant réaliser des études reconnues au Canada. En effet, il arrive régulièrement que CPAM (1610 AM) annonce en ondes les dates d'inscription de différents cours menant à des diplômes. C'est de cette manière que CPAM (1610 AM) contribue à l'insertion scolaire de ses auditeurs.

B- Insertion au marché du travail

Tout comme pour l'insertion à l'école, CPAM (1610 AM) motive la communauté haïtienne à participer à l'activité économique de leur société d'accueil en travaillant. Un

participant relate les conseils reçus :

Vous devez travailler dans le pays, ok vous devez faire des efforts, ok pour vivre là, pour vivre là c'est pas, même conseille même les gens à sortir sur le bien-être social. Oui il conseille les gens : « Si vous êtes pas malade, allez-y, allez-y va chercher du travail. ». (Sujet 1)

De surcroît, telle la catégorie de résultats présentés précédemment, CPAM (1610 AM) dirige la communauté haïtienne vers des « métiers techniques » (Sujet 3), tout en en soulignant l'importance. L'exemple du marché de l'immobilier est cité, exemple sur lequel nous reviendrons ultérieurement, soit dans la catégorie consacrée à l'aspect financier de cette dimension. De plus, il arrive fréquemment que CPAM (1610 AM) renseigne les auditeurs au sujet du fonctionnement du marché du travail québécois, tout en annonçant les postes ouverts, ainsi que les aptitudes requises :

Parfois il donne des annonces, (...) Même pour des endroits qu'on demande des gens pour travailler, CPAM envoie des gens. Mais si le patron demande un certain curriculum, une certaine aptitude, il demande, il dit : « si vous avez telle aptitude, telle aptitude, vous voulez vous présenter », ho oui, oui. (Sujet 6)

Enfin, CPAM (1610 AM) va même jusqu'à organiser d'importantes activités de recherche d'emplois, afin de venir en aide aux membres de la communauté haïtienne sans travail :

Le marché du travail, avec CPAM, ils ont fait des colloques de recherche d'emplois dans le buffet Christina, que beaucoup d'employeurs sont venus et tant au niveau commercial, tant au niveau petite entreprise, tant au niveau du gouvernement aussi, ils viennent recruter. C'est les jeunes qui viennent apporter leur cv, (...). Pis vraiment avec tous les partenaires commerciaux, les grands magasins, ils sont venus récupérer les gens de notre communauté. C'est CPAM qui a fait ça. (Sujet 8)

C- Aspect financier

La troisième catégorie de résultats obtenus en lien avec la participation de CPAM (1610 AM) à l'insertion économique des immigrants haïtiens traite d'économie, dans le sens financier du terme. Par exemple, CPAM, lors de certaines émissions et chroniques, donne régulièrement des conseils en matière d'entrepreneuriat : « [Il existe des émissions] qui poussent les jeunes à développer leur leadership, qui poussent les jeunes à développer l'entrepreneuriat, les sujets comme ça, ça m'intéresse beaucoup » (Sujet 3) ;

(...) Pour être un bon gestionnaire, comment gérer. (...) j'ai une entreprise à gérer, j'avais un petit peu de la difficulté. Mais en écoutant ces émissions-là, ok comment pour être un leader, comment faire pour être un leader, gérer une entreprise, ok? Ça m'aide, oui ça m'aide à gérer mieux mon entreprise. (Sujet 1)

À titre plus personnel, cette fois, CPAM (1610 AM) donne aussi des conseils en termes de placements financiers. D'ailleurs, un domaine souvent mentionné lors des entretiens réalisés est celui de l'immobilier. En plus de conseiller l'accès à la propriété, CPAM (1610 AM) pousse également ses auditeurs à étudier, à travailler et à se lancer en affaires dans ce milieu :

[Il existe une émission qui] indique aux jeunes, normalement, l'immobilier c'est un secteur de l'économie. Il indique aux jeunes quand même l'importance d'aller en immobilier. (...) C'est la mère du marché. Et de l'économie. Dans le système. Alors ce qui fait que il invite les jeunes à devenir agent immobilier, il invite les jeunes à étudier en immobilier, il invite les jeunes à faire des affaires en immobilier, il invite les jeunes à acheter leur condominium, à acheter leur maison, à s'intégrer au Québec, à ne pas rester quand même tout simplement soit dans un petit appartement ou s'ils travaillent, il les invite quand même à poser des gestes économiques pour qu'ils assurent leur avenir. (Sujet 3)

Un des participants confie même fièrement que c'est grâce à CPAM (1610 AM) s'il est maintenant propriétaire de sa maison, depuis 2004 (Sujet 1).

5.1.1.3 *Insertion linguistique*. La dimension de l'insertion linguistique est celle qui accroche vraiment les participants. La plupart en parlent avant même que nous posions des questions à ce sujet. Les résultats obtenus pour cette dimension sont classés en deux catégories, soit les manières de contribuer à l'insertion linguistique en lien avec l'écoute de CPAM (1610 AM) et ceux en lien avec l'utilisation de ses lignes ouvertes.

A- Contribution à l'insertion linguistique par l'écoute de la radio ethnique

Bien que le français soit l'une des deux langues parlées en Haïti, les participants affirment que CPAM (1610 AM) participe à la francisation des immigrants haïtiens, puisque cette langue n'est définitivement pas maîtrisée par l'ensemble. D'ailleurs, les participants perçoivent le français comme une langue près du créole, soit l'autre langue parlée en Haïti. Ils la voient comme étant facile à apprendre. De plus, ceux-ci s'entendent pour dire que le niveau de langue utilisé par CPAM (1610 AM) est accessible, quel que soit le niveau de compréhension atteint : « Je pense que le langage utilisé est simple, tout dépend des émissions, bien sûr, et à la portée de tout le monde » (Sujet 4). Un autre participant ajoute que le niveau de français accessible plaît aux auditeurs :

Mais (...) quand y a quelqu'un qui est en ondes, hemmm et que un animateur qui est en ondes, et que ces gens-là qui sont chez eux pour la plupart du temps, écoutent CPAM, ça leur faire Plaisir, que ce soit le français n'est pas

nécessairement adapté comme t'sais un prof d'université, de CÉGEP, une étudiante en nursing ou en éducation spécialisée, ou what ever (...). (Sujet 2)

L'apprentissage du français par l'écoute de CPAM (1610 AM) est aussi un résultat pouvant expliquer la contribution de cette radio ethnique à l'insertion linguistique des immigrants haïtiens :

Ben, c'est certain. C'est-à-dire que, écoute, laisse-moi te dire une chose. Moi je connais pas les autres communautés, moi je suis Haïtien d'origine, je suis noir, ok. Alors qu'il s'agisse de la communauté, pour ne pas nommer d'autres communautés, X, Y, Z ou W, puisque CPAM c'est un organe de chez nous, automatiquement, quand la station s'adresse à la communauté, même si, oui, c'est en français, c'est pas tout le monde qui maîtrise le français, e, e, mon dieu, je sais pas là, comme toi, mais quand même oui ça aide. Parce que l'information se rend même si la personne ne pourrait pas donner le feed back en français, mais ça rentre. (Sujet 2)

De plus, un participant confie que, grâce à CPAM (1610 AM), malgré les fautes avec lesquelles il l'explique, il a acquis des connaissances au plan de la langue française et il observe chez lui une plus grande facilité à le parler : « Je va vous dire honnêtement, en écoutant la radio, j'ai acquéri pas mal de connaissances, hein, pas mal de connaissances, parce que avant je, ben, je parle français quand même, mais en écoutant la radio, le français vient plus facilement » (Sujet 1). Ce même participant nous dit aussi que l'écoute de CPAM (1610 AM) participe à l'amélioration de la qualité de la langue :

*Vous savez des fois... Avec le temps, moi j'étais venu depuis le 81, ok, je suis ici, ça veut que je vais avoir 30 ans bientôt **il veut dire au Qc**, avec le temps, on commence à parler d'une façon..., ben pas laide là mais quand même pas très belle, ok, la façon qu'on parle et puis on essaye de mettre des propos, des affaires, on commence tsé on parle en québécois, vous comprenez ? Mais c'est très... Bon, moi, je parle de moi. Des fois, on peut parler un petit peu très très très mal. Ok?*

Mais avec la radio là, c'est... Ça fait que je parle mieux. Je dis pas que je parle bien là, mais je parle mieux. (Sujet 1)

Enfin, CPAM (1610 AM) crée chez ce participant un sentiment de fierté linguistique :

Je suis satisfait d'être un petit peu plus éduqué, plus... plus éduqué, plus éduqué, eeettt je suis plus fier aussi de, je suis plus fier, quand je marche, quand je sors, quand je suis dans ma voiture, j'ouvre ma radio, quand j'écouter les gens qui parlent, qui parlent bien, je me sens fier. (Sujet 1)

B- Participation grâce à l'utilisation des lignes ouvertes par l'immigrant

L'utilisation des lignes ouvertes, selon les perceptions des participants à l'étude, semble participer à l'insertion linguistique des immigrants haïtiens, de quelque niveau d'apprentissage qu'ils soient. En premier lieu, les résultats obtenus montrent que les sujets traités par CPAM poussent l'immigrant à parler français, puisqu'en se sentant interpellé, ce dernier souhaite participer à la ligne ouverte :

La personne entend un sujet. C'est un sujet qui traite de chez nous, quand on parle, je m'excuse l'expression, bon, on va prendre Port-au-Prince qui est la capitale d'Haïti, qu'on parle de Delma, qu'on parle de Carrefour, qu'on parle de Pétionville, qu'on parle du centre ville, mais la personne vient de là, qu'elle viennent d'ailleurs, de Jérémy, d'Ocaille, ha ! La personne se souvient de quelque chose. À la minute que CPAM parle de Pétionville, Ho ! La personne, t'sais, y a quelque chose qui lui revient. Donc, automatiquement, elle s'efforce d'émettre son opinion. (Sujet 2)

De plus, CPAM (1610 AM) contribue à la compréhension du français en permettant aux auditeurs de discuter en ondes tout en s'adaptant à leur niveau de connaissances de la langue française :

Bon, écoutez, y a certains, y a certains, y a certains Haïtiens qui parlent pas français. Y a certains Haïtiens qui ne parlent que du créole. Et qui interviennent dans la discussion. À certains moments donnés j'écoute la radio, la radio les écoute, ils parlent en français. Mais je remarque que ceux qui parlent toujours en créole arrivent à comprendre quand même le français. Ils interviennent à la radio pendant que Jean-Ernest parle en français, eux-autres répondent en créole, je pense que sans que cette personne-là ne le dise, elle fait l'apprentissage du français, d'une manière détournée. Vous voyez? (Sujet 3)

D'ailleurs, il arrive même que les animateurs se permettent de corriger les auditeurs en ondes afin de les aider dans leur apprentissage. Toutefois, un participant raconte que le tout est fait de façon diplomatique :

Des fois, de façon intelligente, il fait des petites corrections pour cette personne pour amener cette personne-là, pour mettre cette personne là sur un certain niveau, donc, question de ne pas l'humilier. Et ça je trouve c'est très bien. Dans ce temps-là il participe, il est en train de faire l'éducation de certaines personnes. Et puis des fois il lui projette une phrase, il lui met la phrase dans sa vraie forme, pour que la personne puisse le redire, on voit que la personne qui dit la même phrase, donc la personne comprend qu'elle a eu une correction. (Sujet 3)

Enfin, les lignes ouvertes de CPAM (1610 AM) sont perçues comme étant un lieu pouvant améliorer l'expression orale, quel que soit l'objectif du panéliste. Par exemple, ce participant propose que cette tribune permet de s'habituer à s'adresser à une foule: « Les gens ont des idées des fois, ils n'arrivent pas à l'exprimer, et surtout à un auditoire très très grand. Alors CPAM permet cet exercice-là » (Sujet 4). De même, un autre voit dans cet outil de communication un moyen de ne pas être discriminé par le manque d'habitude à parler à un auditoire :

Ha ! ben écoutez, c'est très éducatif, c'est très important. Et savez-vous pourquoi c'est important? Parce que c'est que les gens, les gens peuvent parce que pour la première fois y a des gens comme moi j'ai jamais utilisé un micro, ok, jamais

utilisé un micro de radio. Ben à cause de ça et bien je peux téléphoner et dire ce que je pense, ok ? (Sujet 1)

En terminant, ce dernier participant voit une belle occasion de s'exercer à être performant à l'oral :

Et puis c'est là qu'on apprend à s'exprimer. On a une station de radio, on a une tribune libre, on peut pas s'improviser... C'est pas le jour qu'on va se porter candidat à la députation qu'on va s'exprimer. On a les habitudes. C'est par l'habitude qu'on devient compétent dans un domaine, dans la pratique. (Sujet 3)

CPAM (1610 AM) contribue ainsi à l'insertion linguistique de ses auditeurs immigrants haïtiens de deux façons, soit par la diffusion du contenu en français et par la possibilité d'utiliser les lignes ouvertes. Plus précisément, c'est grâce à l'utilisation d'une langue près du créole et d'un niveau de langue accessible, à la diffusion de connaissances au plan de la langue française et à de l'amélioration de la qualité de la langue, en plus de provoquer une fierté linguistique que CPAM (1610 AM) contribue à l'insertion linguistique des immigrants haïtiens. C'est également en traitant de sujets qui interpellent les auditeurs, en s'adaptant au niveau des connaissances linguistiques des participants, en permettant de s'habituer à s'adresser à une foule, en ne discriminant pas la participation des auditeurs qui ont moins d'occasions ou de facilité à parler à un auditoire et en permettant de s'exercer à être performant à l'oral que CPAM (1610 AM) contribue à cette dimension de l'insertion chez les immigrants haïtiens.

5.1.1.4 *Insertion personnelle et communautaire.* En plus de noter la constance de l'information ayant trait à l'insertion personnelle et communautaire diffusée sur les ondes de CPAM (1610 AM), tous les participants confirment que ce type de contenu fait partie de la programmation. Nous choisissons de diviser les résultats obtenus en trois catégories, soit ceux en lien avec une adaptation à la société d'accueil, ceux relatifs à la suggestion d'une participation citoyenne responsable et positive et, enfin, ceux relatifs à la couverture de renseignements sur le mode de vie des Québécois.

A- Adaptation personnelle et communautaire

L'adaptation fait référence au processus par lequel « l'immigrant modifie ses habitudes et son comportement afin de s'insérer dans le groupe des natifs » (Bérubé, 2009, p. 13). Il s'agit de la toute première étape de l'insertion à une société d'accueil. En effet, il va sans dire que les réalités d'un immigrant haïtien fraîchement arrivé au Québec ne sont pas les mêmes que celles d'un autre qui y réside depuis plusieurs décennies. C'est dans ce contexte que les participants à notre étude perçoivent que CPAM (1610 AM) contribue à cette première phase de l'insertion, en donnant des références permettant aux nouveaux arrivants de se débrouiller dans la société d'accueil:

Oui, je pense que oui, ça répond beaucoup aux, à mes besoins d'immigrant, et aussi surtout aux gens qui vient d'arriver du pays. Et puis y'a pas aucun point de repère. Y en a qui n'ont pas des membres de leur famille ici. Donc la radio les accompagne. (Sujet 8)

Outre cet accompagnement destiné aux nouveaux arrivants, les prochains éléments de réponses réfèrent plutôt à l'intégration de l'immigrant haïtien, phase de l'insertion qui

suit celle de l'adaptation.

B- Suggère une participation citoyenne responsable et positive

Le second aspect nous permettant de mieux connaître et comprendre de quelles manières CPAM (1610 AM) contribue à l'insertion personnelle et communautaire des immigrants haïtiens est que ces derniers perçoivent que cette radio ethnique suggère aux auditeurs une participation citoyenne responsable et positive, et ce, à plusieurs points.

En premier lieu, CPAM (1610 AM) incite régulièrement, et de diverses manières, ses auditeurs haïtiens à participer socialement au Québec, puisqu'elle est maintenant leur société à eux aussi. Un des exemples qui a été le plus cité au cours de la collecte de données est l'incitation au don de sang à la Croix Rouge :

Quand c'est le temps de donner du sang par exemple au Québec, il incite les gens d'aller donner du sang. Et puis c'est pas seulement les Québécois qui vont tomber malade, nous autre aussi, y a cette maladie chez nous qui ça prend notre propre sang pour guérir d'autres, il incite les gens quand même à participer à tout cela. À prendre part à ce qu'ils font ici. (...). C'est pas une station de radio qui invite à la ghettoïsation, pas du tout, c'est une radio assez ouverte, très ouverte sur le milieu. (Sujet 3)

Aussi ça a permis aussi comme pour les affaires de la Croix Rouge, pour aller donner des dons, des dons de sang. Cette radio-là aussi a permis aux Haïtiens d'être plus humains. J'ai pas dit que on n'est pas humains, mais d'être plus concernés. D'être plus concernés aux problèmes des autres. Ça a permis ça. (Sujet 6)

Dans le même ordre d'idées, CPAM (1610 AM) promeut l'entraide sans distinction entre les groupes ethnoculturels :

Ça m'a permis de découvrir pas mal de choses, que nous sommes tous dans un pays, on doit s'entraider et puis voilà. Mais la radio nous aide beaucoup à mettre la main dans la main, main forte, sans distinction, c'est ça. (Sujet 6)

Ainsi, en incitant ses auditeurs à participer socialement au Québec, CPAM (1610 AM) les sensibilise à l'importance de prendre part à la société d'accueil, pour ensuite se sentir plus concernés par rapport aux problèmes des Québécois.

En second lieu, CPAM (1610 AM) suggère une participation citoyenne responsable et positive à ses auditeurs en invitant la communauté haïtienne à se manifester lors d'événements culturels québécois, notamment à la Fête nationale du Québec. En incitant ceux-ci à prendre part à des activités traditionnelles de la société d'accueil, CPAM (1610 AM) contribue à ce premier type d'insertion.

Une autre manière perçue par les participants, qui contribue à l'insertion personnelle et communautaire des immigrants haïtiens, est que CPAM (1610 AM) développe chez les auditeurs la motivation de promulguer les conseils donnés en ondes, tels des agents mobilisateurs. D'ailleurs, ce participant nous explique que, même si ses enfants sont trop grands pour qu'il puisse les inciter à être de bons citoyens, il se sert des conseils donnés à CPAM (1610 AM) pour motiver les jeunes dans la rue à s'améliorer :

Oui, ma famille, mes mes enfants étaient déjà grands. Mais quand même j'utilise ces conseils-là pour pour pour essayer de parler aux jeunes. Les autres jeunes. Parce que mes enfants étaient déjà grands. Et puis je les conseillais aussi là, je les ai conseillés, dès que j'entends la radio et je commence à avoir des des des choses là, à savoir des choses, pour conseiller mes enfants, et même pas mes enfants aussi, mais les autres jeunes j'ai trouvé dans la rue vous dire que mais

essayer (????), vous dire mais voyez-vous que nous avons une station radio, même si ce n'est pas une station radio faite spécialement pour les Haïtiens, mais ce sont des Haïtiens qui sont là. Vous voyez comment ils parlent? C'est parce que ces gens-là n'étaient pas à l'école. Bon y a des gens qui sont venus à l'école ici quand même, mais quand même, leur premier abé, ABC, ils l'ont appris là-bas en Haïti, vous comprenez ? Alors si vous vous êtes ici, vous avez Toute l'opportunité d'apprendre, ils feraient mieux d'apprendre. Là, la radio c'est c'est vraiment vraiment, c'est comme un chien de garde là tsé, ça aide tout le monde. (Sujet 1)

CPAM (1610 AM), nous le constaterons tout au long de ce chapitre, prend à cœur l'insertion des jeunes immigrants haïtiens, ceux-ci étant souvent aux prises avec la délinquance ou, encore, étant associés aux gangs de rue. Pour tenter de contrer cette situation négative pour la communauté haïtienne, autant que pour la société québécoise, CPAM (1610 AM) dénonce ce type de dérapages. De plus, la radio ethnique décourage fermement les mauvais comportements :

Il répond aux besoins de beaucoup d'immigrants, surtout des jeunes qui rentrent dans la..., qui veulent prendre la chance dans la délinquance, il les décourage, il les explique l'importance d'aller à l'école, l'importance de faire l'apprentissage de faire des métiers techniques, l'importance d'agir en bons citoyens. Et puis c'est des émissions de ce genre. (...) C'est très éducatif. C'est très éducatif. (Sujet 3)

Enfin, question de donner des alternatives concrètes à ces jeunes, CPAM (1610 AM) les outille en leur dédiant des émissions et en leur donnant des références dans la société d'accueil :

On montre aussi des jeunes qui sont abandonnés, qui se laissent abandonner à eux-mêmes, qui tombent dans les gangs aussi. Donc on donne des outils pour que ceux qui sont pas encore là-dedans, ou qui sont là-dedans, qui reconvertissent, changer leur vie. Donc ils ont des outils, ils ont beaucoup de... La radio nous fait savoir des beaucoup d'endroits, beaucoup de centres, de références pour que ces jeunes-là puissent s'en sortir aussi. (Sujet 8)

C'est en incitant de diverses manières ses auditeurs haïtiens à participer socialement au Québec, en invitant la communauté haïtienne à se manifester lors d'événements culturels québécois, en développant des agents mobilisateurs pour promulguer les conseils donnés en ondes et en prenant à cœur l'encadrement des jeunes Haïtiens que CPAM (1610 AM) est perçue comme une radio ethnique qui suggère la participation citoyenne responsable et positive des membres de la communauté desservie.

C- Renseigne sur le mode de vie des Québécois

La troisième catégorie de résultats obtenus aux questions sur l'insertion personnelle et communautaire fait référence au mode de vie des Québécois. En effet, les discours des participants notent une forte présence d'informations sur la façon de vivre en société québécoise.

En premier lieu, une des manières perçues qui contribue à l'insertion des Haïtiens est que CPAM (1610 AM) explique les règles de civilité aux auditeurs, soit celles pouvant sembler évidentes :

C'est comme notre boss, ok. Il nous demande... Il montre les gens même comment manger dans cette société. Comment quand vous allez dans un gala, comment comment comment manger, comment se comporter. Ok c'est comme c'est quelqu'un qui éduque les gens. Ouii Ha ! oui oui comment manger. Vous allez dans une place, comment manger. Vous allez, vous allez...,... une place pour demander un emploi, vous ne pouvez pas aller n'importe comment. Vous pouvez pas avoir n'importe quelle tenue pour aller demander un emploi, il demande de dire aux jeunes et à tout le monde. Oui parce que c'est une émission c'est pas tous les jeunes seulement qui écoutent, c'est tout le monde là. (Sujet 1)

Ensuite, un autre participant explique cette contribution de CPAM (1610 AM) à l'insertion personnelle et communautaire en comparant les habitudes de vie d'Haïti à celles du Québec, question de mettre en évidence certains points auxquels les immigrants doivent faire attention :

Quand on arrive ici, y a une manière de se comporter. Y a une manière d'attendre l'autobus, hein. On n'est pas à Port-au Prince! (...) On n'est pas dans une, dans la même société. En Haïti, c'est une société où c'est la relation qui compte. Ici c'est une question de principe : vous avez votre tour à attendre. Vous savez dans ce temps-là, c'est des choses. Il est, la radio explique quand même les règles de civilité en cours de la société québécoise que les immigrants devraient quand même faire attention. (Sujet 3)

De plus, toujours selon les données recueillies, CPAM (1610 AM) diffuse un « pourcentage assez substantiel pour refléter le terroir québécois » (Sujet 4). En effet, CPAM (1610 AM) présente les us et coutumes de la vie quotidienne au Québec :

CPAM présente la vie courante, la façon dont les gens vivent ici. Parce que si moi je viens chez vous, je vais regarder comment que vous vivez, comment que vous mettez la nappe. Et puis là, si je veux m'insérer chez vous, il va falloir que je me soumette à la façon dont vous le faites. Je suis pas venu ici pour vous changer vos choses! (Sujet 4)

Si cette radio ethnique reflète le mode de vie des Québécois, elle traite aussi de l'actualité culturelle québécoise :

Nous avons une chronique dans la radio, je pense c'est toujours le matin, et qu'on parle de, on parle de la culture québécoise. Y a un autre aussi, je pense c'est les samedis, une chronique fait par une Québécoise. On parle de la culture, de la culture québécoise, plus ou moins, les les les cinémas, les choses qu'on va faire, tout ça, les choses qu'on va réaliser si, par exemple, si y a, si y a un film

qu'on va passer dans telle, comment dirais-je, dans telle place, dans tel, dans tel ciné. (Sujet 1)

Ainsi, nous constatons que les auditeurs de CPAM (1610 AM) perçoivent de nombreuses manières concrètes entreprises par la radio ethnique pour contribuer à l'insertion personnelle et communautaire des immigrants haïtiens à la société québécoise, tels que participer à l'adaptation de ceux qui sont fraîchement arrivés, de suggérer une participation citoyenne responsable et positive et d'informer sur le mode de vie des Québécois.

5.1.1.5 *Insertion politique.* La dernière dimension abordée avec les participants à cette étude est celle de l'insertion politique. Les résultats sont divisés en deux catégories, soit l'incitation à exercer son droit de vote et l'offre d'un canal d'information sur la politique au Québec.

A- Incitation à exercer son droit de vote

Quelques-uns des participants tiennent à remettre en contexte l'histoire d'Haïti, qui a longtemps été sous la dictature des Duvalier. La participation aux élections n'est donc pas une activité exercée par tous. Par contre, CPAM (1610 AM) incite les auditeurs à s'inscrire aux listes électorales et à exercer leur droit de vote. En montrant l'importance de cette activité citoyenne, CPAM (1610 AM) contribue à l'insertion politique des immigrants haïtiens :

Je pense que c'est à cause de CPAM je suis allé voter. (...) Oui oui oui, ils ont vraiment encouragé, une vote, ça compte beaucoup, si on veut telle personne, je pense que ça vraiment incité la communauté à voter, à cause de la radio qui a un bon apport politique, pour moi, oui. (Sujet 8)

B- Offre d'un canal d'information sur la politique au Québec

Mise à part l'incitation à l'exercice du droit de vote, CPAM (1610 AM) contribue à l'insertion politique des immigrants haïtiens en leur offrant un véritable canal d'information sur la politique au Québec. Puisque la radio ethnique traite des nouvelles locales et internationales, en plus de tracer le portrait de la situation politique et électorale en période d'élection au Québec et au Canada, les participants, mentionnent qu'elle leur permet de faire des choix éclairés quand vient le moment de voter, en plus de leur faire mieux connaître et comprendre le fonctionnement démocratique de la société d'accueil :

Ok, CPAM, d'une façon directe ou indirecte, nous permet de faire, ou bien permet à l'immigrant, ou bien l'Haïtien, de faire des choix éclairés. De comprendre les institutions démocratiques que nous avons ici, de comprendre le fonctionnement de ces institutions, et aussi d'adhérer aux règlements. (Sujet 4)

De plus, un participant tient à souligner l'absence de partisanerie sur les ondes de CPAM (1610 AM) :

Oui, on est libres. La radio n'a pas un électeur particulier, ils reçoivent tous les électeurs opposés ou non, il reçoit tout qui demande une entrevue et puis donc c'est à nous de faire notre choix. Donc la radio ne s'intègre pas vraiment pour dire personnellement c'est un tel qui est meilleur, non non non non, mais ils vous encouragent à voter, c'est très important. (Sujet 8)

C'est en incitant les auditeurs à réintégrer l'exercice du droit de vote à leur vie de citoyen et en offrant un canal d'informations sur la politique québécoise que CPAM (1610 AM) contribue à l'insertion politique des immigrants haïtiens, et ce, plus particulièrement en traçant le portrait de la situation politique et électorale en période d'élection au Québec et au Canada, en leur permettant de faire des choix éclairés au moment de voter, en leur expliquant le fonctionnement d'une société démocratique à laquelle ils ne sont pas nécessairement habitués et en offrant un contenu médiatique à se tenant à l'écart de toute partisanerie.

5.1.2 Présentation des thèmes émergents

Tel que présenté au chapitre sur la méthodologie, mises à part les questions posées aux participants ayant directement trait à la contribution de CPAM (1610 AM) aux cinq dimensions de l'insertion des immigrants haïtiens, nous avons voulu en savoir plus sur les perceptions des participants sur CPAM (1610 AM), et ce, en abordant l'importance, l'impact et les sentiments que provoque l'existence de cette radio ethnique sur la vie de ses auditeurs immigrants. Au travers des huit discours recueillis, nous avons rapidement reconnu que cinq thèmes émergent des résultats, impossibles à obtenir dans le contexte de questions directement posées sur l'insertion. Ces thèmes se rapportent au fait que CPAM (1610 AM) garde le lien avec la culture d'origine de l'immigrant haïtien, qu'elle agit comme médiateur entre les immigrants haïtiens et les Québécois, qu'elle est un média de qualité, qu'elle est perçue comme un modèle pour la communauté et, enfin, que cette radio ethnique est au service de cette dernière.

5.1.2.1 *CPAM (1610 AM) garde le lien avec la culture d'origine.* Le thème le plus important se dégageant du discours des participants est celui du maintien du lien que fait CPAM (1610 AM) avec l'ensemble de la culture d'origine de l'immigrant haïtien. Un des participants résume bien le premier thème dont il est question ici : « Pour savoir où vous allez, il faut savoir où vous êtes et d'où venez-vous. Donc, dans ce contexte, CPAM comble ce besoin-là » (Sujet 4). Pour y arriver, CPAM (1610 AM) travaille sur trois fronts distincts, soit A- celui de répondre aux besoins émotifs de l'immigrant haïtien en maintenant le lien avec sa culture d'origine et avec son pays natal ; B- celui de garder l'immigrant haïtien informé sur l'ensemble de ce qui se passe en Haïti ainsi que dans la communauté haïtienne ; et C- celui de refléter l'image de la communauté haïtienne, de sa culture et de son pays natal.

A- CPAM (1610 AM) répond aux besoins émotifs de l'immigrant haïtien en maintenant le lien avec sa culture d'origine et avec son pays natal.

La première catégorie de résultats que nous présentons, soit que CPAM (1610 AM) réponde aux besoins émotifs de l'immigrant haïtien, en maintenant le lien avec sa culture d'origine et avec son pays natal, se divise en deux aspects. En premier lieu, CPAM (1610 AM) maintient un lien, dit *culturel*, en plus d'un second, dit *viscéral*, entre l'immigrant et sa culture d'origine.

- Maintient un lien culturel

Selon les participants, CPAM (1610 AM) permet de garder un lien dit *culturel*. En effet, pour l'un des participants, ce média ethnique est majoritairement destiné à la communauté haïtienne, car la programmation et le contenu diffusés « [tiennent] compte des us et coutumes des Haïtiens et [sont] capables d'aller chercher ce qu'on appelle la couleur locale » (Sujet 3). Deux éléments sont fortement soulevés par d'autres participants, soit ceux de la religion et de la musique haïtienne. À maintes reprises, des participants confient que les pasteurs, les émissions évangéliques ainsi que la publicité qui se rattache aux différents événements et rendez-vous religieux dans la communauté sont très présents en ondes. Pour ce qui est de la musique haïtienne, elle est, elle aussi, un incontournable dans la vie de certains participants, comme pour celle-ci :

C'est mon sang, c'est ma tripe, ça vient me chercher (rires). (...) Mais vois, je viens d'Haïti, j'étais quelqu'un qui aimait beaucoup la radio, qui aimait beaucoup la musique. Donc ça me procure un apport vraiment... Écoute, c'est comme un compagnon de route. C'est un compagnon de route pour moi la radio. (Sujet 8)

D'autres gardent un rapport plus émotif par rapport à la musique haïtienne entendue sur les ondes de CPAM (1610 AM):

[Il y] avait une émission genre musique haïtienne tendresse de ci et de ça, fausse modestie encore une fois, l'Haïtien, c'est un peuple très sensible, et très, et touchant au cœur, avec la nostalgie du fait qu'on a quitté le pays ça fait longtemps, des anciens groupes musicaux, et que qui, on va faire passer les musiques d'antan, ça vient te chercher. (Sujet 2)

De plus, des mères de famille qui participent à l'étude nous ont glissé que CPAM (1610 AM) permet une certaine transmission de la culture haïtienne à leurs enfants nés au

Canada, notamment au plan musical :

Même mes enfants qui son nés ici écoutent aussi la radio CPAM. Avant les enfants écoutaient plus les beats, les chansons des... Mais avec CPAM, mes enfants ont pris l'habitude d'aimer le compas. Ils aiment le compas, ça devient comme, bon, c'est ça qu'on écoute à la maison, on n'a pas le choix, on le prend comme ça. (Sujet 6)

- Maintient un lien viscéral

En plus de permettre de garder un lien culturel entre l'immigrant haïtien et sa culture d'origine, CPAM (1610 AM) permet de maintenir un lien beaucoup plus profond, que nous qualifions de *viscéral*. Cette catégorie s'impose par la charge émotive qui se dégage des discours recueillis, ceux-ci faisant souvent référence aux catastrophes naturelles dont Haïti a été victime, notamment au cours de la dernière décennie. Un premier élément de réponse est que CPAM (1610 AM) permet de garder un lien entre l'immigrant et sa famille. Ici, un participant nous raconte de quelle manière CPAM (1610 AM) l'a aidé à garder ce lien lors du séisme survenu en janvier 2010, soit à un moment marquant de sa vie :

Moi j'ai des familles là-bas, (...). Ça veut dire que quand y a un tremblement de terre comme tremblement de terre du 12, 12 janvier dernier, j'étais stressé. J'ai pas eu la nouvelle de parents là-bas. Alors j'ai appelé, j'ai appelé à la..., au bureau, à la radio, j'ai dit « ben écoutez-moi, j'entends pas la nouvelle, j'ai pas de nouvelles de ma sœur, j'ai pas de nouvelles de d'autres parents là-bas ». Et puis y dit « c'est où il habite? ». « Y habite telle place, telle place, telle place ». Y dit « bon ! écoutez ! on va essayer demander là ». Pendant que y sont reliés avec les gens là-bas, y dit « bon ! ok, j'ai telle personne qui n'a pas de nouvelles de, de ses parents là. Eest-ce que quelqu'un peut aller voir ? », ou du moins pour voir si oui la maison est brisée ou la maison n'est pas brisée, j'ai vu la personne ou la personne est morte c'est ça t'sais c'est comme ça, ça veut dire que c'est vraiment important. (Sujet 1)

De plus, CPAM (1610 AM) permet aux immigrants physiquement loin des leurs de partager la souffrance des Haïtiens victimes des tragédies humanitaires dans leur pays natal. Cette participante, tout en faisant référence au lien viscéral que garde CPAM (1610 AM) avec les familles, explique :

On a grandi là-bas et puis on a aussi encore la famille là-bas. Mais, après tout ce qui se passe actuellement (...). Maintenant on n'est pas comme si on a de la famille, on dit que maintenant Tout le monde est notre famille là-bas. Tout le monde est comme famille pour nous autres là, pour la communauté haïtienne parce que c'est tout le monde qui a été touché et puis ça montre exactement réellement c'est que nous avons eu un gros problème, on doit se mettre ensemble. Et puis là, c'est pas seulement nos familles proches, mais on doit penser, on pense aussi à ceux qui habitent là-bas, surtout ceux qui sont incapables de vivre mieux comme nous-autres là, vous comprenez? Donc, ça nous touche comme maintenant, le nouvelle de choléra¹⁴. Ça nous touche énormément, ça nous rend vulnérables. On vit ici, mais ça nous dérange de voir comment les gens sont en train de passer haut-delà, comme ça, à cause d'une épidémie. (Sujet 6)

La vie à Haïti est un sujet douloureux pour les immigrants haïtiens rencontrés. Le lien viscéral qu'entretient CPAM (1610 AM) avec l'île est transmis par le sentiment de nostalgie de la terre natale se dégageant des discours des participants, malgré plusieurs décennies passées au Québec :

Ça veut pas dire pour autant que je ne pense pas à chez moi. Je pense toujours à chez moi. Je pense à ma mère qui n'est plus là, je pense à mon père qui n'est plus là, je pense à mon coin de terre là où je suis né en Haïti (...). Mais cependant, y a quelque chose qui m'aide beaucoup, je sais pas si je suis fait comprendre ? (Sujet 2)

C'est comme si on vivait en Haïti. On a la radio avec notre... C'est sûr avec en français. Mais c'est comme, c'est les voix d'Haïtiens. Donc c'est comme pour nous, c'est comme si on vivait encore en Haïti. (Sujet 8)

¹⁴ Voir Chapitre 2, point 2.4.4, *Mise en contexte, actualité, etc.*

Le fait que CPAM (1610 AM) garde le lien avec la culture d'origine et contribue au maintien du lien culturel et du lien viscéral avec la culture et la terre d'origine est d'une importance capitale dans la vie des immigrants auditeurs de CPAM (1610 AM).

B- CPAM (1610 AM) garde l'immigrant haïtien informé sur l'ensemble de ce qui se passe en Haïti ainsi que dans la communauté haïtienne de Montréal

Les informations sur Haïti sont un sujet très populaire chez les auditeurs de CPAM (1610 AM), tel que constaté dans le profil médiatique d'auditeurs de la radio ethnique, présenté au chapitre 4. Le traitement des nouvelles sur Haïti fait par CPAM (1610 AM), ainsi que le contenu diffusé sur ses ondes, sont deux thèmes qui émergent des propos de nos participants.

- Le traitement des nouvelles sur Haïti

Les résultats ayant trait au traitement des nouvelles sur Haïti sont divisés en deux catégories qui se rejoignent, soit la constance de l'information sur Haïti et le traitement immédiat des nouvelles du pays natal des participants. Plusieurs d'entre eux nous rappellent, et ce, à maintes reprises, que CPAM (1610 AM) diffuse 24h/24, tous les jours. De plus, la comparaison avec d'autres médias de types nationaux ou communautaires est faite, mettant CPAM (1610 AM) en tête de liste parmi les meilleurs pour obtenir des informations sur Haïti :

Juste en écoutant, je peux savoir une nouvelle qui vient de passer, et une tragédie qui vient de passer en Haïti avec CPAM on le sait Tout de suite ! Mais avant le CPAM, avant que les autres médias québécois puissent donner cette nouvelle-là,

nous on l'a eue déjà avant eux-autres. Parce qu'on a un membre de la famille qui nous appelle. Eux-autres, ils sont toujours branchés avec des journalistes en Haïti qui envoient un message-texte, qui envoient une dépêche tout de suite pour dire qu'est-ce qui se passe. Et pourtant, avant on attendait des fins de semaines pour les radios communautaires pour savoir qu'est-ce qui se passe dans notre pays, et c'est pas toutes les nouvelles que les médias québécoises donnaient. Y a des nouvelles qui sont pas trop importants pour eux-autres. Mais nous, on le sait. On le sait tout de suite. (Sujet 8)

- Le contenu diffusé

Le contenu diffusé est, lui aussi, divisé en deux catégories pouvant sembler à première vue évidentes. La première s'avère être que CPAM (1610 AM) donne des nouvelles d'Haïti. En effet, nous n'en attendions pas moins d'un média ethnique. Par contre, nous trouvons frappante l'importance que les participants attribuent au fait d'avoir accès à des nouvelles diffusées sur leur terre natale. Ici, nous entendons par *nouvelles* le contenu des bulletins d'actualité. La fidélité de l'écoute de ces derniers par cette participante en témoigne : « J'entends la nouvelle d'Haïti chaque jour, deux fois par jour, parfois trois fois par jour, le matin, quand j'écouter, le midi quand je l'écouter, ce soir, là, je l'écouter. Ça me fait plaisir » (Sujet 7).

En ce qui a trait à la seconde catégorie, peut-être tout aussi évidente que la première, elle s'avère être que CPAM (1610 AM) traite de sujets d'actualité en lien avec la culture haïtienne. Que ce soit lors d'entrevues, de lignes ouvertes ou de tables rondes, les participants disent que les sujets traités couvrent, la plupart du temps, un aspect de l'actualité se rapprochant de près ou de loin de la culture haïtienne et de ses intérêts.

C- CPAM (1610 AM) reflète l'image de la communauté haïtienne, de sa culture et de son pays natal

Le troisième et dernier aspect du thème émergent, à savoir que CPAM (1610 AM) garde le lien avec la culture d'origine, est que cette radio ethnique reflète l'image de la communauté haïtienne, de sa culture et de son pays natal. En effet, l'importance que les animateurs soient Haïtiens ou, encore, que les voix soient celles d'Haïtiens est relevée plus d'une fois. Des participants expliquent que, selon eux, CPAM (1610 AM) représente bien les Haïtiens : « Ça me fait plaisir parce que nous autres ça veut dire... Nous autres Haïtiens, on a une station qu'on travaille là-dedans comme des Haïtiens, des Québécois. Mais c'est vraiment des choses d'Haïti, il parle parfois. Vous comprenez ? » (Sujet 7) ;

Voyez, y a des jeunes animateurs, y a aussi de la musique, vous savez, l'Haïtien, on définit l'Haïtien comme un coq qui chante qui rit et qui pleure. Ben radio union CPAM passe toutes les émotions. À travers radio union CPAM, toutes les émotions passent. Donc la communauté est quand même assez éveillée face à cette radio. (Sujet 3)

Le fait que CPAM (1610 AM) représente à ce point les intérêts de la communauté pousse ce participant à s'approprier la radio ethnique : « C'est notre voix, ok, dans la communauté, ok, (...). C'est Notre radio, vous comprenez ? » (Sujet 1). Ce type d'appropriation par les auditeurs de CPAM (1610 AM) nous pousse à leur demander s'ils perçoivent une possibilité de ghettoïsation dans cette activité médiatique tant appréciée, parce qu'elle garde le lien avec la culture d'origine. Toutefois, la situation est

plutôt perçue comme un renouvellement ou un maintien du sentiment d'appartenance à la communauté haïtienne.

CPAM (1610 AM) réussit ainsi à refléter l'image de la communauté haïtienne, de sa culture et de son pays natal en engageant des animateurs d'origine haïtienne, en représentant bien les Haïtiens et en maintenant le sentiment d'appartenance de ces derniers.

5.1.2.2 CPAM (1610 AM) agit comme médiateur entre les immigrants haïtiens et les Québécois. Un autre thème qui émerge de l'ensemble des discours recueillis est que CPAM (1610 AM) crée des liens entre les immigrants haïtiens et les Québécois. Ce thème émergent se divise en deux catégories de réponses : d'une part, celles pour lesquelles CPAM (1610 AM) permet aux Québécois d'apprendre à connaître la communauté haïtienne et, d'autre part, celles pour lesquelles CPAM (1610 AM) prend en compte le Québec dans l'ensemble de son activité.

A- CPAM (1610 AM) permet aux Québécois d'apprendre à connaître la communauté haïtienne

Bien que nous cherchions à mieux connaître et comprendre de quelles manières CPAM (1610 AM) contribue à l'insertion des immigrants haïtiens à la société québécoise, une partie des discours des participants à l'étude surprend lorsque nous réalisons que plusieurs d'entre eux perçoivent l'insertion de l'autre sens, c'est-à-dire que les

Québécois, grâce à CPAM (1610 AM), peuvent apprendre à mieux connaître et comprendre la communauté haïtienne, tant d'un point de vue culturel que de celui de l'actualité.

- D'un point de vue culturel

Nous décelons que CPAM (1610 AM) permet aux Québécois d'apprendre à mieux connaître et comprendre la communauté haïtienne d'un point de vue culturel, dans le sens de l'ensemble de ce qui se rapporte à cette culture. Selon les immigrants haïtiens interviewés, CPAM (1610 AM) est une porte ouverte sur leur culture, non seulement pour les Québécois, mais aussi pour toutes les communautés s'étant installées au Québec :

Ça nous fait connaître mieux, à travers la radio. La société québécoise ou les autres cultures nous connaissent mieux, parce que on a entendu notre voix, parce que on sait qu'est-ce qu'on a dans la communauté, on sait où on peut trouver un restaurant. Donc avec la publicité, on peut trouver tout, on peut aller voir qu'est-ce qui se passe dans cette communauté-là, de faire une ouverture à travers les communautés culturelles aussi. (Sujet 8)

Ensuite, nous sentons que les immigrants haïtiens ont besoin de prouver quelque chose au pays d'accueil, notamment leur ambition de progresser dans la société qu'ils partagent maintenant : « [CPAM] nous permet aussi de montrer au pays d'accueil ici, au Canada, à Montréal, qu'on peut faire mieux que ça, qu'on peut aller plus loin » (Sujet 6). Dans le même ordre d'idées, les participants soulignent que CPAM (1610 AM) présente autre chose que les stéréotypes négatifs habituels attribués à la communauté haïtienne :

[C'est] très important [que les autres Québécois s'intéressent à la culture haïtienne]. Parce que si on est dans le pays, on fait partie de, on fait partie de la communauté québécoise, s'ils peuvent nous connaître mieux sur d'autres angles que, comment puis-je dire, des affaires négatives souvent qui se parlent. J'ai pas besoin de faire un dessin. Alors si la radio peut nous faire connaître mieux sous d'autres jours, tant mieux ! (Sujet 5)

Ils dénoncent, par la même occasion, les médias nationaux qui alimentent ces mêmes stéréotypes :

Donc ces gens-là qui réussissent, on parle pas d'eux autres dans les nouvelles, dans les nouvelles on parle toujours d'un petit groupe qui fait un mauvais coup et puis ça salit toute la communauté, mais on a plus de gens réussis que des gens qui sont dans la rue. (Sujet 8)

De plus, les auditeurs remarquent une participation accrue des Québécois aux manifestations culturelles haïtiennes, ainsi qu'une présence québécoise dans les commerces haïtiens qu'ils associent à CPAM (1610 AM) :

Ils sont très ouverts et puis ce que j'aime aussi c'est que cette radio-là nous permet d'aller chercher encore plus la communauté ici à Montréal. Parce que regarde, ce que je pense aussi, ce que je vois, ça fait des années, depuis que cette radio est ouverte. Nous, avant, quand on faisait nos festivals, on se sentait plus concentrés en nous-mêmes. C'était nous autres qui venait toujours aux festivals, à nos fêtes, des affaires comme ça. Mais maintenant, tout ce qu'on fait, on voit la communauté québécoise, on sent même pas qui sont Québécois (...). Tout le monde sont là avec nous, ils se sentent même pas, ils dansent le compas, ils mangent notre menu, si vous voyiez ça là, c'est Ça que cette radio a fait pour nous. Ça a élargi de ces deux nationalités. Ça nous a permis de réunir, cette radio a permis de réunir les Canadiens-français, les Canadiens-anglais ou les Québécois, Montréalais, n'importe qui là, sont tous avec nous, dans nos fêtes, dans nos activités. (Sujet 6) ;

Ils viennent quand on les invite. Aussi, ils s'intègrent, ils voient qu'est-ce qu'on a à offrir. Surtout dans la nourriture, j'ai rencontré pas mal de gens, des Québécois, qui sont allés manger dans les restos haïtiens, qui aiment la bouffe haïtienne, qui

vont aller dans les parties haïtiens. Donc c'est une façon de s'intégrer, de bien s'intégrer dans la communauté aussi. (Sujet 8)

Ces deux derniers discours témoignent de manière éloquente que les participants perçoivent l'insertion de leur communauté dans l'insertion des Québécois à la leur.

- D'un point de vue de l'actualité

Nous poursuivons avec les discours des participants ayant mentionné que CPAM (1610 AM) permet aux Québécois d'apprendre à connaître la communauté haïtienne, cette fois-ci du point de l'actualité, c'est-à-dire par rapport à tout ce qui a trait aux nouvelles et aux sujets d'intérêt public en lien avec les Haïtiens. Les participants relèvent que CPAM (1610 AM) permet non seulement aux Québécois de connaître et comprendre la position des Haïtiens sur différents sujets d'actualité, mais aussi les préoccupations que peuvent vivre les immigrants haïtiens :

Et puis donc, comme ça on a des étrangers qui écoutent. Donc on peut savoir qu'est-ce qui se passe, qu'est-ce qu'on vivait et quel abus qu'on a vécu, quelle opinion sur tel sujet, sur telle affaire. Donc je trouve que ça fait progresser la communauté parce qu'on se fait écouter, pas juste par les Haïtiens. Les communautés culturelles aussi nous écoutent. Des fois ils participent pas, y appellent pas, pas tout le temps, mais ils écoutent, et quand c'est pour donner leur opinion sur un sujet international, des fois ils appellent, ils donnent leurs opinions aussi. Donc je trouvais que c'est une porte ouverte sur le monde et puis ça fait aussi qu'on a une bonne communion avec la communauté québécoise. (Sujet 8)

Suivant la même idée de « communion avec la communauté québécoise », un participant explique, qu'en son sens, « CPAM fait un pont » entre la culture haïtienne et la culture québécoise (Sujet 4).

Enfin, des participants remarquent que CPAM (1610 AM) répond à l'intérêt qu'ont les Québécois envers l'actualité haïtienne :

Maintenant, ça me fait aussi chaud au cœur de voir que ça se transmet aussi à la population montréalaise, parce que les Montréalais, depuis la crise, le tremblement de terre, ils ont un intérêt particulier. Il y a, les gens ici en général sont tournés vers Haïti, ils sont en droit de savoir qu'est-ce qui se passe aussi. (Sujet 4)

Les participants notent que les Québécois participent régulièrement aux lignes ouvertes proposées par CPAM (1610 AM) : « Combien de Québécois que j'entends déjà qui, qui, qui, qui émettent sur les ondes de CPAM là ? Ha ! Ben oui! Ben oui! Incluant toi, hein ! » (Sujet 2).

B- CPAM (1610 AM) prend en compte le Québec dans l'ensemble de son activité

Pour compléter le second thème émergent des entretiens, soit celui stipulant que CPAM (1610 AM) crée des liens entre les immigrants haïtiens et les Québécois, la radio ethnique prend en compte le Québec dans l'ensemble de son activité, et ce, de deux manières. En premier lieu, les auditeurs participants définissent CPAM (1610 AM) comme étant une radio québécoise et, en second lieu, ces derniers déterminent que CPAM (1610 AM) permet de créer des liens entre la communauté haïtienne et la société québécoise.

- CPAM (1610 AM) est définie comme une radio québécoise

Lors des entretiens, quelques participants soulèvent le fait que CPAM (1610 AM) n'appartient pas exclusivement à la communauté haïtienne, que c'est une radio québécoise et que d'autres nationalités ont leur place sur ses ondes. Il s'agit d'une radio québécoise tenant compte d'Haïti :

Bon ! On n'a pas une radio entièrement consacrée à la communauté haïtienne, on a une radio ethnique, et qui, quand même, qui appartient pas à la communauté haïtienne, mais c'est une radio beaucoup plus, je vais dire, au Québec, à Montréal, qui tient compte d'Haïti, qui tient compte du Québec, qui tient compte des événements, des enjeux locaux et nationaux. (Sujet 3)

Un autre participant à l'étude affirme qu'il voit CPAM (1610 AM) comme une radio ouverte sur le Québec : « Absolument, absolument. C'est pas une station de radio qui invite à la ghettoïsation, pas du tout, c'est une radio assez ouverte, très ouverte sur le milieu » (Sujet 3). La radio est aussi présentée comme étant conçue pour le Québec :

C'est parce que la radio, c'est une radio, c'est une radio, c'est pas une radio haïtienne là, c'est une radio... Comment je peux dire ça, c'est une radio comme toutes les autres radios, c'est pour le pays, c'est pour le Canada, pour le Québec, vous comprenez ? Si les animateurs parlent créole, ils parlent créole pour les Haïtiens, mais les émissions sont pas pour les Haïtiens là. Y a des Québécois qui appellent, y a des Italiens qui appellent, y a des Espagnols, y a des émissions espagnoles aussi, y a, c'est, c'est, c'est pour tout le monde là. Ça veut dire que c'est pas une affaire, une radio communautaire. Si c'était une radio communautaire, bon, on peut juste parle créole, mais étant donné c'est une radio, c'est une radio, hummmm, c'est une radio en quelque sorte pour les Québécois, pour tous les Québécois. C'est pour ça qu'ils parlent cré/français. Ok. (Sujet 1)

En posant la même question à deux autres participantes, nous obtenons des réponses toutes aussi positives concernant la langue française utilisée par les animateurs. Si la

première dit qu'elle apprécie l'égalité linguistique entre les deux communautés, la seconde, pour sa part, perçoit l'utilisation du français comme une forme de respect : « Bah! C'est une bonne chose, on vit dans une communauté francophone, et si on veut que l'autre culture nous comprend, et écoute notre station, c'est bien que ils parlent en français. » (Sujet 6). Une autre participante abonde dans le même sens :

Moi je suis entièrement d'accord avec ça, je trouve ça bien. Ho oui! Parce que imaginez-vous que le CRTC qui donne le permis à cette radio-là, qui est une radio haïtienne qui commence à parler créole à longueur de journée, 24 sur 24. Mais là on s'en fout de la communauté québécoise alors. (...). Moi je trouve ça génial, plus ils peuvent parler le français, mais bravo ! Oui, c'est du respect, c'est s'ouvrir aux autres, ça je trouve ça génial. (Sujet 5)

- CPAM (1610 AM) crée des liens entre la communauté haïtienne et la société d'accueil

Le deuxième aspect permettant d'affirmer que CPAM (1610 AM) prend en compte le Québec est que cette radio ethnique crée des liens entre les communautés haïtienne et québécoise. Toujours selon les perceptions des participants à notre étude, les commentaires obtenus ayant mené à l'identification de ce deuxième aspect du thème émergent sont souvent en lien avec une discussion autour des tribunes libres. L'existence de ces dernières serait une façon de créer des liens entre les immigrants et la société d'accueil. En effet, un premier type de réponse suggère que CPAM (1610 AM) permet d'élargir la confiance mutuelle, et ce, en apprenant à mieux connaître et comprendre l'autre :

Donc, la tribune libre, ce qu'il nous permet aussi, même si les autres personnes écoutent cette émission, ça aussi permettre de élargir la confiance entre ces deux

communautés-là. Vous comprenez ? Ça permet aussi de élargir la confiance, et puis de voir de regarder autour d'eux autres et voit comment nous ont pense, comment on voit les choses, comment on aimerait que les choses se fassent là vous comprenez? Ça aide beaucoup de donner nos opinions. Comme ça là, ça va élargir plus. (Sujet 6)

Un autre type de réponse propose que CPAM (1610 AM) unit la communauté haïtienne à la société d'accueil en permettant des échanges communicationnels :

Qu'est-ce qui a changé [depuis l'ouverture de CPAM en 2002], c'est que je trouve que on a beaucoup de communications avec l'autre pays d'accueil. Ici là, on vit à Montréal, on a beaucoup de communications, ça nous permet de discuter, ça permet de... Vous voyez ce que je veux dire, de voir les choses parfois sous le même angle ensemble ou peut-être le contraire. (Sujet 6)

Si la participante précédente parle d'échanges communicationnels, une autre parle d'échanges économiques possibles sur les ondes de CPAM (1610 AM) entre les différentes communautés de la société québécoise, et ce, grâce aux publicités :

Donc c'est une façon de connaître notre culture aussi, à travers la radio, les gens qui font la publicité. Y a des Italiens qui font pour leur magasin de chaussures, y a des Québécois qui, des fois y ont une petite activité, ils donnent une petite publicité. Donc ça fait connaître la communauté. Et la communauté haïtienne se fait connaître à travers ces communautés là. Donc les gens vont aller dans leur magasin de publicité eux-autres aussi. (Sujet 8)

5.1.2.3 *CPAM (1610 AM) est un média de qualité.* Un autre thème qui émerge des discours de participants révèle que ces derniers trouvent que CPAM (1610 AM) est un média de qualité, tant du point de vue de l'équipe d'animateurs que du contenu diffusé en ondes.

A- Qualité de l'équipe

Lors de l'analyse des données recueillies, les réponses en lien avec la qualité de l'équipe se divisent en trois aspects, soit la confiance qu'inspire l'ensemble de l'équipe, l'appréciation de Jean Ernest Pierre, le fondateur directeur général et principal animateur de CPAM (1610AM) et, enfin, la qualité de l'équipe d'animateurs.

- L'équipe inspire la confiance

Lorsque nous demandons aux participants s'ils ont confiance en CPAM (1610 AM), tous répondent positivement. Si certains sont totalement vendus : « Ouais, ouais, j'ai pleine confiance en, 100% pour j'ai confiance en eux. » (Sujet 8), d'autres, prétextant leur « formation », ajoutent qu'ils savent faire la part des choses : « Bon ! Écoutez là, moi je suis le type, je prends ce que je dois prendre, je laisse ce que je dois laisser. » (Sujet 2).

Un autre participant abonde dans le même sens :

J'ai confiance en la station de radio oui. (...). Ça dépend de la personne qui vient à la radio et qui s'exprime. Étant donné ma formation à moi, je vois tout ce qu'il dit c'est des choses qui ont une importance. Dans ce temps-là, je le passe par le tamis et puis je prends qu'est-ce que j'ai à prendre. (Sujet 3)

- L'appréciation de Jean Ernest Pierre

Plusieurs des participants associent plutôt Jean Ernest Pierre que CPAM (1610 AM) aux questions posées. Par exemple, lorsque nous demandons aux participants s'ils ont confiance en CPAM (1610 AM), l'un d'eux répond : « Mais je fais confiance à lui, parce que il m'informe et c'est parce que j'ai fait la confiance, j'ai écouté, c'est bien » (Sujet

7). Il semble exister pour Jean Ernest Pierre une espèce d'idolâtrie chez les immigrants haïtiens. Les auditeurs participants à l'étude n'ont que de bons mots pour ce « leader » (Sujet 4) de la communauté. En plus d'être vu comme « un spécialiste » dans son domaine, il inspire la confiance : « Mais quand même c'est un monsieur sincère, et puis il dit toujours ce qu'il pense » (Sujet 1). Nous verrons dans le prochain thème émergent que le fait que CPAM (1610 AM) représente un modèle pour la communauté est souvent associé au président directeur fondateur et animateur Jean Ernest Pierre.

- La qualité de l'équipe d'animateurs

Mis à part l'appréciation de Jean Ernest Pierre, la qualité de l'équipe d'animateurs est aussi relevée par les participants. Qualifiée de « chevronnée » (Sujet 1), elle est notamment appréciée pour son ouverture d'esprit. Par exemple, un participant donne son avis sur un pasteur bien connu de la communauté, qu'il entend souvent sur les ondes de CPAM (1610 AM) :

Je sais que monsieur Fils Aimé, c'est un monsieur qui étudie en religion quoi. C'est un type, quel que soit le sujet que tu abordes avec, c'est pas un type qui est, qui fait de la mesquinerie, que tu sois protestant, catholique, vodouisant, diable ou démon, il est ouvert ! À tout ça ! J'aime beaucoup ça avec lui, à cause de son ouverture d'esprit. (Sujet 2)

Enfin, le Sujet 4 associe la qualité de l'équipe d'animateurs de CPAM (1610 AM) à la capacité de son directeur, Jean Ernest Pierre, à s'entourer de ressources humaines compétentes :

Vous voyez, quelqu'un a dit le succès des entreprises, c'est non seulement le chef d'entreprise, mais l'habilité du chef d'entreprise à s'entourer de personnes

capables. (...). Donc ce n'est pas seulement... C'est vrai, Jean Ernest Pierre, c'est le PDG, mais il s'est entouré de gens capables. (Sujet 4)

B- Qualité du contenu diffusé

Si CPAM (1610 AM) est perçue comme étant un média de qualité, c'est que son contenu l'est tout autant aux yeux des participants. Les résultats obtenus sont divisés en deux catégories, soit la qualité de la programmation et la qualité du contenu des émissions.

- La qualité de la programmation

Les participants à l'étude trouvent que la programmation de CPAM (1610 AM) contient des émissions dites éducatives, c'est-à-dire qui partagent des informations sur différents aspects de la vie en société. Les exemples les plus fréquents touchent à l'éducation des jeunes, que ce soit en s'adressant à eux directement ou en passant par l'intermédiaire de leurs parents, comme l'illustre le Sujet 8 :

Oui, pour moi, je pense qu'il fait un beau travail aussi là-dessus, parce que même quand les jeunes ils écoutent pas, les parents qui écoutent, ils vont écouter, parce que y a des émissions qui sont fait pour les jeunes et les jeunes vont écouter. Mais les émissions qu'on vient expliquer travailleur social vient expliquer comment surveiller vos enfants pour savoir ces attitudes qui vont avoir quand les petits gars ils vont (les recruter ?). Et puis les parents ils écoutent, puis les parents vont s'arranger avec leurs enfants pour les instruire sur ce point-là. Oui, la radio fait un bon travail. (Sujet 8)

Dans le même ordre d'idées, un participant ajoute que le contenu diffusé est assez dense en informations pour réaliser un travail scolaire : « Si un étudiant haïtien voudrait faire un travail d'école, un travail d'école, ils écoutent CPAM. Dépendant c'est quoi le sujet,

j'en suis sûr, il va trouver des ingrédients suffisamment pour faire son travail d'équipe ou son travail d'école » (Sujet 2).

Un autre aspect ajoutant à la qualité de la programmation et, par la même occasion, à la qualité du média en général, est que CPAM (1610 AM), telle une salle de nouvelles, a l'expertise de diffuser toutes les actualités, et ce, à tous les plans :

Ils donnent toutes les nouvelles en général, de tout ce qui se passe à travers le monde, le Québec, le Canada, et tout, ils parlent de tout, c'est comme le journal télévisé. Juste on voit pas la personne, mais c'est un journal vraiment ouvert. On englobe toutes les nouvelles, tout ce qui se passe les nouvelles d'actualité. Moi je m'informe là ou je me couche. (Sujet 5)

On se souvient que, dans le premier thème émergent présenté, les participants soulèvent que CPAM (1610 AM) maintient le lien avec la culture natale, notamment en donnant des nouvelles d'Haïti. Ajouté au fait que CPAM (1610 AM) diffuse aussi les nouvelles nationales, cette participante résume bien ce que d'autres disent : « Pour moi, c'est un bon outil qui peut me combler ma journée en ayant des nouvelles de mon pays et les nouvelles d'ici aussi » (Sujet 8).

La qualité des émissions proposées dans la programmation est aussi un aspect soulevé par les participants, notamment si l'on compare avec d'autres émissions destinées à la communauté haïtienne et diffusées sur des canaux communautaires : « Il était temps qu'on ait quelque chose comme ça, parce que des fois je suis tanné d'écouter certaines émissions de type communautaire qui sont pas des fois assez dynamiques. (...) Des fois

y a des émissions qui sont ternes » (Sujet 3). Bref, un participant résume son appréciation : « Moi, je trouvais il a fait un sacré boulot ! (*rires*) » (Sujet 8).

- La qualité du contenu des émissions diffusées

Plusieurs points intéressants, en lien avec leur appréciation du contenu des émissions diffusées sont soulevés par les participants à l'étude. Par exemple, CPAM (1610 AM) est perçue comme « un trou sans fond d'éducation » (Sujet 4), où l'on traite de « sujets intéressants » (Sujet 3) et « variés » (Sujet 2). On note aussi la variété des personnes interviewées (Sujet 2), le « traitement sérieux du sujet » (Sujet 3) ou, encore, le « traitement de sujets chauds » (Sujet 3), bien que parfois « pointus » (Sujet 3). En plus de trouver qu'on y « pose des questions intéressantes » (Sujet 4), la qualité du traitement de l'information est aussi bien appréciée de ce participant qui explique que l'immigrant haïtien est beaucoup mieux renseigné sur ce qui se passe en Haïti avec le média de qualité qu'offre CPAM (1610 AM), qu'avec les autres médias. De ce fait, la radio ethnique participe à une certaine forme d'éducation :

Mais il y a une analyse beaucoup plus poussée encore ici. Donc du point de vue éducatif, c'est poussé à la limite pour voir comment que les gens sont interviewés, comment qu'on force les gens à nous donner l'information ou bien les renseignements que nous cherchons. (...). Et aussi maintenant de l'autre côté pour nos compatriotes, ça nous permet de voir plus clair, parce que les problèmes sont définis de façon large, dans toutes les facettes, vous voyez ? (Sujet 4)

C- Aspects moraux

CPAM est perçue comme étant un média de qualité en raison du respect d'aspects moraux selon les participants. En premier lieu, le fait que la radio ethnique offre la possibilité à la communauté de s'exprimer sur ses ondes relève de « l'essence même de la démocratie » (Sujet 4). Lorsque nous demandons à ce même participant s'il a confiance en CPAM (1610 AM), il répond par l'affirmative, « parce qu'il y a un effort réellement gigantesque d'être impartial » (Sujet 4), un autre aspect moral important pour déterminer de l'intégrité d'un média. Enfin, la transparence de l'information diffusée fait aussi partie des éléments de réponses obtenus en lien avec le respect d'aspects moraux par la radio ethnique CPAM (1610AM).

5.1.2.4 *CPAM (1610 AM) est perçue comme un modèle pour la communauté.* Un autre thème émergent est que CPAM (1610 AM) est perçue comme un modèle pour la communauté haïtienne. En premier lieu, nous recensons les discours dans lesquels les participants perçoivent que CPAM (1610 AM) est un modèle de progrès et, en second lieu, ceux qui perçoivent que CPAM (1610 AM) est un modèle d'insertion. Les résultats obtenus sont présentés en lien avec les impacts découlant du fait que la radio ethnique soit perçue comme un modèle pour la communauté.

A- Modèle de progrès

CPAM (1610 AM) est perçue comme modèle de progrès, et ce, dans la communauté comme dans le reste du Québec :

- Dans la communauté

CPAM (1610 AM) est perçue comme un symbole de réussite haïtienne dans la communauté. Encore ici, les participants associent la réussite de ce média à Jean Ernest Pierre : « C'est fantastique de voir non seulement un Haïtien réussir très très bien, mais aussi de faire quelque chose de bien, de grand et de bénéfique à la communauté » (Sujet 3). Ensuite, la fierté de cette participante est due au fait qu'elle perçoit CPAM (1610 AM) comme une réussite : « Oui madame, Oui, oui, ça je peux vous le dire là, je suis fière. (...) Parce que ça nous représente en bien. En bien, c'est pas quelque chose de négatif, c'est le positif dans la communauté » (Sujet 5). Enfin, si le Sujet 3 dit, dans son profil médiatique, écouter CPAM (1610 AM) par fierté nationaliste, d'autres emboîtent le pas :

Ho ! oui, oui, oui, beaucoup! Ho ! oui, ho! Oui. Tous les Haïtiens qui font des efforts, qui font quelque chose d'utile à la société, ça me rend très fière. Donc je suis fière de CPAM, fière de Cristina¹⁵, et fière de tous ceux qui font des efforts. Je suis pas fière des gangs de rue, par exemple (rires). (Sujet 8)

- Dans le Québec

En plus de témoigner du symbole de réussite en sein de la communauté, les participants perçoivent que CPAM (1610 AM) montre le progrès de la communauté haïtienne au reste du Québec. Ils voient l'importance de la réussite de la radio ethnique dans le fait que la communauté haïtienne de Montréal en soit une de travaillante :

¹⁵ Le *Buffet Cristina* est une salle de réception fondée par des gens de la communauté haïtienne.

Normalement, l'importance là-dessus c'est que bon, ça nous relance ??? D'une certaine manière. Ça prouve qu'on est quand même, qu'on vit maintenant dans le pays. On n'est pas là seulement pour être dans le communautaire. Il faut être là aussi pour afficher notre capacité, notre manière de faire pour participer aussi à ce qui se passe dans le pays. (Sujet 3) ;

Ho ! ben écoutez, quand on vient dans une société, on est accueilli dans une société, et bien on vient pour faire progresser cette société. On vient pas dans une société, comme je vous le dis, pour faire, comme je viens de vous le dire, pour faire du surplace. On vient dans une société quand même pour, pour, pour aller, pour fonctionner dans l'action, et pour travailler et pour amener quand même une certaine prospér/ pour gagner notre vie là-dedans et amener une certaine prospérité. On donne et on reçoit. Il faut donner pour recevoir. (Sujet 3)

Le modèle de progrès se situe aussi au plan des particularités du média qu'est CPAM (1610 AM). Les participants rappellent, en plus d'être une radio privée et non communautaire, qu'il s'agit de la première radio ethnique francophone. Bien que le français soit l'une des deux langues officielles d'Haïti, il reste que pour se présenter devant le CRTC avec un tel projet, il fallait une certaine assurance. Ce participant témoigne :

En tout cas, moi j'étais quand même ébloui lorsque j'ai appris la nouvelle qu'on va avoir une radio privée ici, qui tient compte de nos us et coutumes et qui est capable de nous informer et qui est capable d'aller chercher ce qu'on appelle la couleur locale, parce que CPAM amène la couleur locale. C'est ma radio quand même préférée. (Sujet 3)

B- Modèle d'insertion

En plus d'être perçue comme un modèle de progrès, CPAM (1610 AM) est perçue comme un modèle d'insertion à la société québécoise, et ce, sous plusieurs points. En plus des insertions de type économique, juridique et linguistique, les participants perçoivent CPAM (1610 AM) comme un modèle d'insertion pour les jeunes.

- Modèle d'insertion économique

CPAM (1610 AM) est, sans contredit, perçue comme un modèle d'insertion économique pour les immigrants haïtiens : « Du point de vue affaires, c'est comme un modèle. Cela veut dire *Hé ! Les gars, vous pouvez le faire, vous pouvez réussir en affaires* » (Sujet 4). Encore ici, c'est plutôt Jean Ernest Pierre qui est perçu comme un modèle d'insertion économique :

Il représente pour moi un entrepreneur dynamique, bien implanté au Québec et puis un modèle pour les autres. Je pense que certains Haïtiens, au lieu de sombrer dans l'écuelle, comme on appelle ça là, dans l'écuelle, devraient s'en aller dans l'entrepreneurship comme il est en train de le faire, afin de travailler à la, à faire des travaux quand même, à créer de la richesse au Québec. Pour nous et pour tout le monde. (...) Dans une société, qu'est-ce qu'on peut demander de plus? (Sujet 3)

CPAM (1610 AM) est une radio ethnique qui, grâce, entre autres, au fait qu'elle soit unique en son genre, fait sa place au sein du marché médiatique. Ce participant explique d'ailleurs que CPAM (1610 AM) est maintenant ancrée dans le paysage médiatique québécois : « C'est quand même une station de radio qui est appelée, n'est-ce pas, à coexister à côté de tout les autres radios d'ici » (Sujet 3). De plus, les participants ne manquent pas de rappeler que cette radio est le premier lieu de référence pour les nouvelles haïtiennes, et ce, même pour les médias nationaux. Celui-ci compare même CPAM (1610 AM) à une ambassade :

C'est une radio qui reçoit, par exemple quand y a un problème, comme problème je sais pas, n'importe quoi qui passe en Haïti. Savez-vous où les gens viennent, les, la TVA ou Radio-Canada ? Où ils viennent, c'est cette radio-là. C'est comme si cette radio-là, c'est un, c'est un ambassade ! Écoutez, tout ce qui passe en Haïti, on voit quelqu'un qui vient dans, avec câble, caméra et « Qu'est-ce qui arrive, qu'est-ce qui arrive? ». Ça veut dire que c'est une ambassade. (Sujet 1)

Bref, CPAM (1610 AM) est perçue par les immigrants haïtiens comme un modèle d'insertion économique, étant donné la réussite de l'entreprise, sa place dans le marché médiatique et son profil de référence pour les nouvelles haïtiennes.

- Modèle d'insertion juridique

En plus d'être un modèle d'insertion économique, CPAM (1610 AM), en montrant l'exemple, est aussi perçue comme un modèle d'insertion juridique. Ici, un participant explique l'épisode au cours duquel la station de radio est déménagée en 2010, en partageant avec les auditeurs les différentes règles à respecter dans une telle situation :

Oui, oui, oui. Juste pour vous donner un exemple, Jean Ernest Pierre parlait, quand ils ont déménagé et puis sont allés je pense sur Crémazie, Malgré tout, il disait il faut quand même respecter toutes les lois, comme la place où ils fonctionnent présentement, ça ne répondait pas au zonage, il fallait faire une demande de rezonage, il fallait rezoner la place. Donc ça a pris trois mois, et ça c'est un processus assez long, mais long, ça pourrait être plus long, mais quand même, je l'écoutais. Il faut respecter tout ça, et toutes les divisions. Ils ont leurs demandes pour faire si, pour faire ça. Cela veut dire, il faut travailler dans le cadre analytique de la loi, de telle sorte que vous allez être, comme on dit en anglais, un bon, a good cooperate citizen, un bon citoyen. Cela veut dire, on ne va pas passer d'une station de radio et puis on va se mettre là et après on verra. Non, non, non. Il y a les lois municipales, et il faut respecter ça. (Sujet 4)

En montrant ainsi l'exemple aux auditeurs et en les mettant constamment au courant des étapes et des démarches à suivre, CPAM (1610 AM) sert de modèle aux citoyens qui sont pris, eux aussi, dans de longues démarches juridiques pour une raison ou pour une autre. CPAM (1610 AM) est un média éducatif, qui donne des informations sur la vie en société québécoise, cette fois-ci en partageant en ondes ses démarches au plan juridique. Tous ces exemples illustrent que cette radio ethnique est un modèle d'insertion juridique.

- Modèle d'insertion linguistique

D'un point de vue linguistique, CPAM (1610 AM) est perçue comme modèle d'insertion, et ce, en montrant l'exemple. À ce titre, CPAM (1610 AM) a une licence de diffusion francophone. Il va sans dire que les animateurs se doivent de parler le français. Par contre, comme le Sujet 6 le mentionne, ces derniers font des efforts constants pour respecter leur mandat francophone :

C'est sûr qu'il y a d'autres émissions, que les gens parlent créole, ça c'est autre chose. Mais ce que je trouve, c'est bien quand le directeur et les autres personnes qui font des activités de nouvelles, qui parlent des affaires francophonie, d'autres informations, eux autres s'expriment en français. Ça c'est bien, parce que c'est vraiment multiethnique. Français créole. (rires), c'est comme ça, c'est comme que si on était aux États-Unis, ils doivent y avoir l'anglais et créole, à la station. Ici, ils ont pas le choix de adapter à la langue qu'on parle ici. Et puis, y a d'autres émissions qui font, parfois, et c'est pas leur faute, parfois y font leurs émissions en français. Mais y a du monde qui appelle c'est en créole ils vont parler. Mais malgré les gens qui appellent parlent créole, ce que j'ai remarqué, les animateurs restent toujours en français. (Sujet 6)

Grâce à leur licence de diffusion en français et au respect de cette licence francophone, par les animateurs, CPAM (1610 AM) est perçue comme un modèle d'insertion linguistique.

- Modèle d'insertion pour les jeunes

L'insertion des jeunes immigrants haïtiens est un sujet chaud dans la communauté. La délinquance et les gangs de rue sont souvent associés à ces derniers. CPAM (1610 AM) ayant une très bonne influence sur la communauté en général, le sujet de l'insertion des jeunes Haïtiens revient souvent dans le discours des participants. L'un d'eux témoigne de l'importance que CPAM (1610 AM) soit un modèle d'insertion pour les jeunes :

Oui, très important. Très important parce que les jeunes, c'est la relève. Puis surtout que les jeunes haïtiens, ici, au Québec, ils n'ont pas vraiment, comment dirais-je, je peux dire carrément le mot, certains d'entre eux n'ont pas vraiment bonne renommée. Alors s'ils peuvent trouver quelqu'un qui peut les inciter dans le droit chemin ou les aider à avoir un modèle ou quelconque, ce serait bien. (Sujet 5)

C- Impacts positifs qu'a CPAM (1610 AM) sur la communauté haïtienne

Non seulement CPAM (1610 AM) est perçue comme un modèle de progrès et d'insertion à la société d'accueil, mais elle a également des impacts positifs sur la communauté, associés au fait qu'elle est perçue comme un modèle pour la communauté haïtienne.

- Aide à accepter l'opinion des autres

Les lignes ouvertes sont un aspect important qui attire les Haïtiens sur les ondes de CPAM (1610 AM). Cette tribune libre où les citoyens peuvent échanger leurs opinions sur la scène publique se doit d'avoir quelques règles de conduite établies, bien sûr, par Jean Ernest Pierre. Ce participant témoigne d'une belle amélioration de la conduite des panélistes, notamment en ce qui a trait à l'acceptation de l'opinion des autres :

Non mais c'est que avec la radio, avant avant, ce que je veux dire, c'est que avant quand au commencement de la radio, c'était pas comme ça. Mais les gens maintenant là, c'est vous appelez, vous dites votre opinion, et puis l'autre appelle, et il dit son opinion et puis, ça chicane pas! Vous comprenez ? Y a une éducation qui se fait hein. Ha! Oui, oui. Y a une éducation qui se fait à cause de la radio là t'sais. Mais avant, le directeur dit « non, non, non », c'est le directeur essaye de faire l'éducation aussi là. Il essaye de dire « non, quand vous appelez, si l'autre personne a dit quelque chose ça fait pas votre affaire c'est l'opinion de l'/, c'est son opinion ». (Sujet 1)

- Motive les immigrants haïtiens à réussir

CPAM (1610 AM) montre autre chose que les stéréotypes haïtiens négatifs alimentés par les autres médias. Il s'agit d'un contexte d'échange avec la société d'accueil. C'est également dans un contexte communautaire que ce participant nous livre cette remarque : « CPAM interview des gens très biens / focalisent / qui ont des choses / qui occupent des postes, ou bien qui ont atteint un degré de succès qui veulent partager avec la communauté » (Sujet 3). Ce même participant explique que nombreux sont les Haïtiens qui réussissent. Lorsque CPAM (1610 AM) le porte à l'attention de la collectivité, elle la motive positivement. Les modèles de réussites économique, professionnelle, scolaire ou autres sont abondamment cités sur les ondes de CPAM (1610 AM), selon les participants. Tous les moyens entrepris par cette radio ethnique pour donner des exemples de réussites haïtiennes sont perçus par les immigrants haïtiens comme une manière de motiver ceux-ci à réussir dans la vie.

L'idée que CPAM (1610 AM) motive les immigrants haïtiens à réussir se retrouve aussi dans les discours ayant trait aux jeunes en particulier. Par exemple, CPAM (1610 AM) valorise l'ambition chez les membres de la communauté, notamment grâce à la qualité des animateurs en ondes. C'est une manière de les motiver à réussir. Par exemple, lorsqu'on demande à une participante si elle voit une forme de modèle chez les animateurs de CPAM (1610 AM), elle répond : « Oui, oui, oui. Surtout pour les jeunes, de montrer que nous sommes capables de faire plus. Donc essayez de, arrêtez de niaiser » (Sujet 6). Pour motiver les jeunes à réussir, il n'y a pas que les animateurs qui sont

perçus comme des modèles. Le choix des invités destinés à motiver la prochaine génération n'est pas laissé au hasard : « On vient nous montrer aussi des jeunes qui ont réussi aussi, donc ils peuvent servir de beaux modèles pour ceux qui se font influencer »

(Sujet 8). Cette même participante présente une émission qu'elle aime bien :

Les jeunes appellent pour raconter leurs histoires, qu'est-ce qu'ils ont vécu. Ceux qui ont vécu des bonnes choses, des bonnes expériences, de travail, d'école, de diplômes, qui viennent dire leur réussite dans la société. Et par rapport avec d'autres qui ont pas réussi, comment s'y faire, comment aussi ils peuvent avoir une deuxième chance de s'intégrer, de se récupérer. (Sujet 8)

En plus de motiver les immigrants haïtiens, CPAM (1610 AM) pousse les jeunes à réussir et propose, à ceux qui ne suivent pas un droit chemin des solutions pour redresser leur situation.

- Provoque un sentiment de fierté

La fierté de sa culture est un aspect important, surtout dans un contexte d'immigration.

Au fil des entrevues, la notion de fierté revient, et ce, dans différentes circonstances, que ce soit la fierté nationaliste, la fierté de la réussite d'une entreprise de la communauté ou, encore, la fierté de la qualité de l'outil que représentent CPAM (1610 AM) et les animateurs qui y travaillent :

C'est un bon outil pour la société, un bon outil pour la communauté haïtienne, et je suis très fière du directeur, je suis très fière aussi des animateurs. Vraiment, il est entouré de bons animateurs, de bons journalistes aussi, de bons journalistes d'Haïti aussi. Je suis très fière de cette radio-là. (Sujet 8)

- Reconnaissance envers CPAM (1610 AM)

Un dernier impact positif relevé en lien avec l'idée que CPAM (1610 AM) agit comme modèle pour la communauté haïtienne est la reconnaissance envers cette radio ethnique qui est fortement exprimée. Nous décelons une fidélité envers cette radio ethnique, en plus d'une satisfaction totale des services offerts. Il s'agit d'un média soutenu par sa communauté : « On l'écoute pour l'encourager, aussi » (Sujet 5). Un participant raconte de quelle manière il a vécu le fait d'être coupé de CPAM (1610 AM), lors du déménagement de la station de radio en 2010 :

AAaa ! Mais moi là, dernièrement, j'ai passé à peu près deux trois jours pendant, sont en train de déménager là. C'est comme si ya quelqu'un de la famille qui a un problème là. Ça c'est parce que sont en train de déménager. Mais il va falloir qu'on ya des émissions qu'on peut pas écouter, on écoute tous les émissions. Mais quand même, ya un p'tit chose quand même, alors c'est pour vous dire que cette radio là est très importante. C'est pour ça, quand vous me dites que c'est pour CPAM, je dis, ben écoutez, CPAM est super important pour moi là, et y a rien que je peux pas faire pour CPAM, cette radio-là, hein. (Sujet 1)

En expliquant les raisons pour lesquelles il participe à notre étude, ce participant exprime beaucoup de reconnaissance envers CPAM (1610 AM). Certains des participants mentionnent aussi qu'ils participent à chaque levée de fonds organisée par la station de radio. Enfin, en plus de la reconnaissance, un participant ajoute la redevance aux raisons qui le poussent à participer à une étude sur la radio de la communauté haïtienne, lorsque nous le remercions d'avoir été généreux avec nous : « Oui madame, je vous ai dit pour CPAM, ça me dérange pas. Et je vous demande pas un sous. Pour CPAM là, je peux parler deux heures. Il a fait beaucoup de choses pour moi je vous ai dit » (Sujet 1).

5.1.2.5 *CPAM (1610 AM) est au service de la communauté haïtienne de Montréal.* Le dernier thème émergent est que CPAM (1610 AM) est au service de la communauté haïtienne de Montréal, et ce, en lui venant en aide, en lui servant d'outil, en étant adaptée à son auditoire et, enfin, en faisant partie de la vie quotidienne de sa communauté.

A- Vient en aide à la communauté haïtienne

CPAM (1610 AM) vient en aide à la communauté haïtienne de deux façons, selon les participants. En premier lieu, cette radio ethnique défend les droits des Haïtiens et, en second lieu, elle aide humanitairement les Haïtiens de la société d'accueil, tout comme ceux d'Haïti.

- Défend les droits des Haïtiens

Selon les participants, CPAM (1610 AM) défend les droits des Haïtiens de plusieurs façons. Beaucoup d'exemples sont donnés, notamment en lien avec l'actualité des nouvelles de la communauté. Par exemple, un incident relatif à un pasteur frauduleux ou, encore, à celui d'un conflit entre compagnies de taxi. « Ha! Oui! Il prend position pour ceux qui n'ont pas. T'sais c'est toute un radio, une radio, c'est toute une radio ça. (...) Ça nous aide, ça nous donne un grand coup de pouce » (Sujet 1). Il semble que CPAM (1610 AM) serve les intérêts de la communauté haïtienne de Montréal en écoutant et en traitant des problèmes de cette dernière : « Quand y a un problème, radio

intervient » (Sujet 3) ; « La radio est là pour nous écouter » (Sujet 8). Un autre participant abonde dans le même sens :

Avec cette radio, quand on met le problème en face, et puis on explique le problème, et pis ça va ! Ça marche ! À presque 80 % quand CPAM prend un dossier, et puis on vient, on a un problème, on vient de dire CPAM au directeur et puis on a un problème là. Et puis il essaye de nous aider. Mais ça marche ! (Sujet 1)

CPAM (1610 AM) combat la discrimination et les injustices dont sont souvent victimes les immigrants haïtiens. Pour y arriver, elle laisse la parole à des auditeurs voulant dénoncer ce type de comportement.

- Aide humanitairement les Haïtiens

Une seconde catégorie de résultats, permettant de conclure que CPAM (1610 AM) vient en aide à sa communauté, est que les participants affirment que la radio ethnique aide humanitairement les Haïtiens. Que ce soit lors de catastrophes naturelles survenues ces dernières années ou, encore, pour faire bouger des situations problématiques ici, elle est toujours à la disposition de sa communauté : organisation de levée de fonds, renseignements sur les moyens d'aider Haïti à se relever de ses épreuves, etc. Bref, tous les moyens sont bons pour aider humanitairement les Haïtiens, d'ici ou d'ailleurs.

B- Outil pour la communauté haïtienne

En servant sa communauté, CPAM (1610 AM) est un outil pour cette dernière. Mis à part le fait qu'elle serve d'outil de travail aux sujets 6 et 8 (respectivement éducatrices à

la maison et en garderie) pour animer des activités musicales, elle sert également d'outil de communication, ainsi que d'outil médiatique pour la communauté haïtienne de Montréal.

- Outil de communication

L'outil de communication que propose CPAM (1610 AM) offre une tribune aux citoyens désirant s'exprimer en ondes. Par le fait même, les participants notent qu'elle permet de connaître l'opinion des autres compatriotes à l'écoute de cette station, ce qu'ils apprécient : « Les gens appellent, ils donnent leurs opinions, et c'est très important, donc on connaît l'opinion sur ce qui se passe exactement à Montréal » (Sujet 8). Un autre participant abonde dans le même sens :

Et j'aime ça aussi quand c'est les autres personnes qui appellent et qui parlent pour entendre leurs opinions. Même quand je suis pas d'accord avec eux, et que je me suis dit c'est comme on dit au Québec, ça prend toutes sortes de monde pour faire un monde. (Sujet2)

CPAM (1610 AM) est ainsi un lieu permettant d'émettre ses opinions : « Ils me donnent libre de choix de répondre à une question, de m'intervenir, de m'exprimer, ça me donne ça. (...) Je donnais mon point de vue, ça me donnait le droit d'opiner, de m'opiner sur des sujets » (Sujet 8).

- Outil médiatique

L'outil qu'offre CPAM (1610 AM) à sa communauté est présenté comme une plateforme médiatique accessible financièrement et physiquement à la communauté :

C'est notre voix, ok, dans la communauté, ok, parce que ça coûte cher pour aller, pour aller ailleurs dans une autre station, pour dire bon ! j'ai perdu quelqu'un, ou du moins, dire quelque chose. Mais ça ici là, si on a de l'argent, on n'a pas de l'argent, c'est Notre radio, vous comprenez? (Sujet 1) ;

Et les lignes ouvertes, j'apprécie ça la ligne ouverte si on est capable de le retrouver. Parce que moi, je me rappelle, j'essayais de trouver des lignes ouvertes à Rock Détente. On n'arrive jamais, c'est toujours occupé, et là on appelle on va être occupé par moment mais on va avoir la ligne. Mais dans les autres stations, t'essaye d'appeler et c'est toujours occupé, tu trouves jamais la ligne. (Sujet 8)

En plus de noter que les citoyens ont la possibilité de faire une entrevue sur les ondes d'une radio écoutée, un participant fait aussi remarquer l'importance de l'auditoire que cible CPAM (1610 AM) :

Je peux avoir de très bonnes idées, et l'exprimer, mais pas à l'auditoire que je vise. Là maintenant la communauté haïtienne est réellement à l'écoute de CPAM. Donc si j'ai quelque chose d'intéressant à exprimer à la communauté haïtienne, et je m'exprime d'abord au PDG qui, à cause de la programmation, va savoir comment l'insérer. Donc, je suis certain que je vais avoir accès à mon auditoire. (Sujet 4)

Il en va de même en ce qui a trait à la possibilité d'organiser une ligne ouverte sur un sujet sur lequel sonder la population :

Bon, quand je regarde ce que Jean Ernest Pierre fait, en général, tous les gens qui visent des postes importants, ils le savent, il faut toujours qu'ils passent par CPAM, parce que ils savent qu'ils y a un auditoire, si il y a un message à passer, ils vont le faire. C'est la seule place qui vont le faire. Ils peuvent toujours aller à Radio-Canada, mais si vous voulez avoir une ligne ouverte, c'est là que vous allez le faire. (Sujet 4)

C- Radio adaptée à son auditoire

Un troisième aspect permettant d'affirmer que CPAM (1610 AM) sert la communauté

haïtienne est qu'elle est perçue par les participants comme une radio adaptée à son auditoire, c'est-à-dire majoritairement dédiée à la communauté haïtienne de Montréal.

- Tolérance des animateurs

En premier lieu, lors des lignes ouvertes, la tolérance des animateurs quant à la permission de parler créole, ainsi qu'à la redondance de la participation de certains auditeurs est soulignée :

Étant donné que c'est pas tous les Haïtiens qui parlent le français avec une fluidité langagière (...), parfois les animateurs les aident en glissant un petit mot en créole. Pas généralement là, je dis ça pourrait être un 10 % ou un 5 %, mais on peut pas aller à contre courant puisque sa licence est en français. (...) La licence est en français, mais sauf que quand quelqu'un veut faire passer un message, l'animateur ou certains animateurs pourraient toujours aider cette personne-là pour faire passer son message. Ou pour être entendue, par la communauté haïtienne de Mont-Ré-Al. (Sujet 2) ;

Je trouve que c'est bien parce que y a des personnes qui peuvent pas s'exprimer en français, mais qui demandent la permission de s'exprimer en créole pour qu'ils peuvent donner leur opinion. Moi je trouve ça bien. Parce que y a du monde qui peuvent bien que c'est pas une radio pour créolophones. C'est française, mais y a du monde qui peuvent pas s'exprimer en créole/en français, et qu'on ouvre une parenthèse, on leur donne l'opportunité d'avoir un cinq minutes de s'exprimer. Je trouve ça génial, parce que ces gens-là ne pourraient pas s'exprimer ailleurs à l'antenne de d'autres radios. (Sujet 5)

- Rejoint tous les portraits sociodémographiques d'immigrants haïtiens

En second lieu, les participants confirment, en plus de nous dire que CPAM (1610 AM) « vient chercher les gens chez eux » (Sujet 2), que cette radio ethnique rejoint toutes les strates de la société, ainsi que tous les groupes d'âge et de travailleurs :

Que ce soit ce groupe d'étudiants-là qui sont plus éclairés sur le plan académique, ou que ce soit, hemmm, des personnes plus âgées, que ce soit des gens qui ne maîtrisent pas nécessaire le français, comme monsieur et madame tout le monde de chez nous, mais pour moi CPAM a sa place. Ça c'est Ma vision madame. (Sujet 2)

Tout dépend de l'éducation de la personne qui arrive ici, parce que en fait ce que j'aime avec CPAM, que vous soyez un intellectuel, que vous soyez un ouvrier, que vous soyez col bleu, col blanc, il y a toujours un aspect qui vous apporte quelque chose et dans un langage compréhensible. (Sujet 4)

- S'intéresse aux jeunes

En troisième lieu, CPAM (1610 AM) est adaptée à son auditoire puisqu'elle s'intéresse aux jeunes. Un participant souligne que « la population haïtienne est très très jeune » (Sujet 4), tandis qu'une autre parle de la relève par les jeunes de l'équipe d'animateurs actuellement en poste :

Parce que c'est la relève. C'est la relève, eux autres ils vont vieillir, ils s'en vont si y a pas de relève, la radio. Si c'est toujours le même staff qui est toujours là. La journée qu'ils ne pourront plus et bien la radio sera fermée. Alors là si y a des jeunes qui vont être formés pour prendre la relève, il va y avoir une continuité. (Sujet 5)

Les problèmes concernant les jeunes haïtiens et les gangs de rue sont fréquemment évoqués dans diverses émissions de CPAM (1610 AM). Toutefois, ce thème est traité dans la dimension sur l'insertion personnelle et communautaire.

D- Fait partie de la vie quotidienne de la communauté haïtienne

CPAM (1610 AM) est au service de sa communauté du fait qu'elle fait partie intégrante

de la vie quotidienne de cette dernière. Cette radio ethnique est appréciée de la communauté, à tel point que la participation aux lignes ouvertes est répandue et qu'elle contribue au bien-être et à la détente de certains.

- Véritable passe-temps

La radio ethnique CPAM (1610 AM) est un sujet de conversation populaire dans la communauté. Un participant raconte : « C'est pour vous dire que même si je ne syntonise pas CPAM, je suis branché. Si comme si, on dit de bouche à oreille » (Sujet 2). De plus, l'idée que CPAM (1610 AM) soit un passe-temps pour les immigrants haïtiens est aussi rapportée :

Mais sauf que je sais que y a des mordus de CPAM 24 sur 24. (...) Y a des gens pour moi là, CPAM c'est leur VIE! Y a des gens qui se promènent avec des... Y a des gens qui se promènent avec... Y a des gens qui se promènent avec des baladeurs, que ce soit au travail, qu'ils fassent leur travail, juste pour communiquer, pour pour entendre CPAM. Ouais. (Sujet 2)

- Rassemble la communauté

CPAM (1610 AM) permet de rassembler la communauté, non seulement grâce aux lignes ouvertes tant appréciées, mais aussi grâce aux différentes activités organisées chaque année par la station de radio:

Oui, exactement, ça nous rassemble, ça nous... Parce que comme je vous dis, chaque année, nous avons vraiment... CPAM organise une sorte de gala, gala annuel et tous les gens se réunissent et pour manger ensemble et puis pour, pour fêter, pour réjouir. Des fois, y a beaucoup de gens, pas des fois, c'est salle comble. (Sujet 1)

5.2 Analyse, interprétation et discussion des résultats

Dans cette partie, nous analysons, interprétons et discutons des résultats obtenus en lien avec ceux des études et de la théorie recensées aux chapitres 1, 2 et 3. Cette section se termine par une proposition d'amélioration du Modèle de la contribution de la radio ethnique CPAM (1610 AM) à l'insertion à la société québécoise des immigrants haïtiens, selon leurs perceptions, présenté à la figure 2.

5.2.1 *Discussion des résultats.* Les thèmes et les moyens incontournables pour contribuer à l'insertion des immigrants haïtiens qui émergent des propos des participants, quant au média ethnique à l'étude, coïncident avec ceux recensés chez les auteurs consultés.

Les thèmes émergents :

- Garde le lien avec la culture d'origine

Plusieurs auteurs s'entendent sur le fait que les médias ethniques ont pour fonction de maintenir le lien entre l'immigrant et sa culture natale. Ce thème est le plus fort étant ressorti des discours recueillis. Nos résultats coïncident avec les propos de Viswanath et d'Arora (2000) qui, en parlant de *cultural transmission*, entendent par là une fonction de calendrier culturel et religieux des célébrations de la communauté. Les participants à l'étude soulèvent fortement que les éléments relatifs à la religion et aux activités culturelles de la communauté sont très présents en ondes. Les auteurs voient dans cette « transmission culturelle » une manière de renforcer l'identité ethnique de la

communauté, en plus de participer au maintien et au renforcement de cette identité chez la seconde génération. Nos résultats vont dans le même sens, notamment grâce au fait que CPAM (1610 AM) reflète l'image de la communauté haïtienne. À ce sujet, deux participants remarquent une certaine transmission de la culture haïtienne grâce à l'écoute de la musique compas. Par ailleurs, bien que les participants ne font qu'effleurer le sujet, il semble que l'apport identitaire auquel contribue CPAM (1610 AM) auprès de la deuxième génération est importante, étant donné la place qu'occupe cette radio ethnique dans la communauté et dans les familles. Elle semble également importante en raison du nombre d'heures pendant lesquelles le poste est syntonisé dans certains foyers. Les jeunes ont également une place d'importance au sein de la programmation de cette radio ethnique. Bref, le média ethnique contribue à transmettre une part culturelle haïtienne importante, même s'il s'adresse aussi à une génération née dans le pays d'accueil. Naficy (1993) dit des médias ethniques que ces derniers sont nourris des valeurs, de la langue et des thématiques du pays d'origine, ce qui est le cas de CPAM (1610 AM), considérant que le français est une langue officielle d'Haïti et que le créole a quand même une place à cette radio ethnique.

Les résultats de la présente étude, à savoir que CPAM (1610 AM) garde l'immigrant haïtien informé sur l'ensemble de ce qui se passe dans son pays d'accueil, ainsi que dans la communauté haïtienne de Montréal, vont dans le même sens que les résultats de Viswanath et d'Arora (2000), au sujet du rôle que doit jouer les médias ethniques. Ces auteurs disent, étant donné la couverture partielle des pays d'origine des différentes

communautés par les médias nationaux, que les immigrants comptent sur les médias de leur communauté pour remplir ce besoin, en plus d'être informés sur ce qui se passe dans la communauté.

Dans le cas de CPAM (1610 AM), l'idée de maintenir un lien entre la culture du pays d'accueil et celle du pays d'origine ressort fortement de nos résultats. L'émotivité qui se dégage des discours des participants, lorsqu'ils parlent de l'importance du maintien de ce lien, teinte ceux-ci. Toutefois, aucun résultat à ce sujet n'est recensé dans la littérature. Les difficultés humanitaires qu'a vécues Haïti ces dernières années accentuent sûrement les émotions engendrées par l'éloignement. Un participant souligne d'ailleurs que les Haïtiens sont perçus comme un peuple émotif qui communique vivement ses émotions.

- Agit comme médiateur entre les immigrants et les Québécois

En ce qui a trait à notre second thème émergent, soit que CPAM (1610 AM) agit comme médiateur entre les immigrants haïtiens et les Québécois, tous les résultats vont dans le même sens que ceux de Li (2009). Si l'auteure montre que les médias ethniques agissent comme une plate-forme économique, en partie grâce à la publicité, il résulte de notre étude que CPAM (1610 AM) crée des liens économiques entre la communauté haïtienne et la société d'accueil, grâce à la possibilité d'y faire de la publicité. Le fait que CPAM (1610 AM) soit présentée par les participants comme une radio québécoise, qui prend en compte le Québec dans son activité, concorde avec le constat de Li (2009) sur le fait que les médias ethniques représentent une source d'information importante sur la culture du

pays d'accueil. Il en va de même quant aux résultats ayant trait aux fonctions d'« intermédiaire vital » (Li, 2009) que nous avons plutôt qualifié de « médiateur », et d'« animateur de la communauté » (Li, 2009). Le fait de permettre l'organisation d'activités et de donner l'occasion de présenter la culture de la communauté aux Québécois contribue à l'insertion des participants. Ridjanovic (2006 ; 2007), qui s'intéresse aux réfugiés bosniaques, note aussi le rôle de médiateur des médias en contexte d'insertion des immigrants :

Les médias jouent un rôle très important comme agents de médiation du dialogue social. [...] Ils sont des sources d'information pour les réfugiés au sujet de la culture de la société hôte, mais également des sources d'information pour la population d'accueil, au sujet des immigrants, de leur pays et de leur culture d'origine. (Ridjanovic, 2006, tiré de Bérubé, 2009, p. 33)

Rappelons que les participants, eux aussi, expriment le fait que CPAM (1610 AM) représente une porte ouverte sur la culture haïtienne, puisque cette radio ethnique permet aux Québécois d'apprendre à mieux connaître et comprendre la communauté. C'est aussi l'avis de Laramée (1989) qui affirme que la communication est le fondement du lien social puisqu'elle fait la liaison, permet le partage et les échanges. Bref, elle joue un rôle de médiation.

- Est un média de qualité

Naficy (1993), en contexte états-unien, avance que les médias ethniques sont nourris des valeurs, de la langue et des thématiques du pays d'origine. Toutefois, ils empruntent à la société d'accueil sa technologie, son idéologie de consommation et ses techniques de

vente. Nos résultats se situent dans le même sens que ces derniers, car les participants soulèvent également le fait que cette radio ethnique en est une de qualité, comparativement à d'autres stations de type communautaire. De plus, Wang et Kincaid (1982, tiré de Bérubé, 2009, p. 64) montrent que la consommation de contenu informatif, comme les nouvelles, favorise particulièrement l'insertion des immigrants. Nos résultats se situent dans le même sens, puisque la qualité de la programmation et du contenu des émissions diffusées, en plus du fait que les nouvelles prennent une grande place dans la programmation de CPAM (1610 AM), montrent que la radio ethnique est un média de qualité, qui contribue à l'insertion des immigrants haïtiens.

- Est perçue comme un modèle pour la communauté

Les résultats de la présente étude vont dans le même sens que ceux de Viswanath et d'Arora (2000), en ce qui a trait au fait qu'un média ethnique soit un *community booster*, c'est-à-dire en redorant l'image de la communauté, et ce, en relatant des histoires d'immigrants ayant bien réussi et en montrant régulièrement la contribution des immigrants à la société d'accueil. C'est ce que fait CPAM (1610 AM) en servant de modèle d'insertion à divers plans, en ayant des impacts positifs sur sa communauté, tout comme en provoquant un sentiment de fierté ou, encore, de motivation à réussir.

- Est au service de sa communauté

CPAM (1610 AM) vient en aide à la communauté haïtienne, notamment en défendant les droits des Haïtiens et en aidant humanitairement ceux-ci. Ces résultats vont dans le

même sens que ceux de Viswanath et d'Arora (2000), qui comparent les médias ethniques à une sentinelle (*a sentinel*), soit en jouant le rôle de gardien des valeurs de solidarité, chez les membres de la communauté desservie.

Les cinq dimensions de l'insertion :

- Contribution à l'insertion personnelle et communautaire

L'insertion personnelle et communautaire correspond à l'adaptation de l'immigrant aux domaines artistiques, religieux, ludiques, de même qu'aux plans des traditions culinaires, des coutumes vestimentaires, des valeurs, des liens de parenté, des types de relations interpersonnelles, des habitudes de travail, ainsi que des liens développés avec des associations communautaires (Gaudet, 2005). Dans le cadre théorique, nous spécifions que le Modèle de Gaudet (2005) est utilisé dans son ensemble, c'est-à-dire en incluant chacune des dimensions de l'insertion. Par ailleurs, avant de procéder à la collecte des données, nous ne trouvons pas réaliste de nous attendre à ce qu'un média radiophonique contribue, par exemple, à l'adaptation d'un immigrant aux coutumes vestimentaires d'une société d'accueil, ce qui est ressorti dès la première entrevue (le participant se souvient avoir entendu des conseils sur la tenue appropriée lors d'un entretien d'embauche). Bien que les résultats ne couvrent pas l'ensemble des indicateurs de Gaudet (2005), la quantité et la nature des manières utilisées par CPAM (1610 AM) pour contribuer à ce type d'insertion chez ses auditeurs sont bel et bien présents : elle fait bien plus que de renseigner sur le mode de vie des Québécois, elle suggère une participation citoyenne responsable et positive. Ces résultats coïncident avec ceux de

Viswanath et d'Arora (2000) qui proposent que les médias ethniques ont une fonction d'assimilation, notamment par la promotion de sentiments positifs envers les locaux et par des démonstrations patriotiques.

- Contribution à l'insertion juridique

L'insertion juridique, qui est l'une des dimensions retenues, se mesure par le statut juridique de l'immigrant et par ses connaissances des lois et des institutions de la société d'accueil. Au Canada, les immigrants acceptés ont un statut juridique qui leur confère les mêmes droits que ceux des Canadiens. C'est après trois ans de résidence au pays que le résident permanent peut demander la citoyenneté canadienne lui permettant de voter, d'avoir un passeport canadien et de se présenter à des postes électifs (Gaudet, 2005). Les résultats obtenus dans la présente étude montrent que CPAM (1610 AM) contribue grandement à cette dimension de l'insertion et qu'elle dépasse même les attentes à ce chapitre. En plus d'inciter les immigrants à régler leur statut et d'offrir une éducation législative du pays, les manières utilisées par la radio ethnique, telles que perçues par les participants, montrent une prise en charge juridique de sa part, que ce soit au plan de la médiation, des conseils, de la prise de position, etc., et du niveau de connaissances et de compréhension juridiques de l'immigrant haïtien. La profession d'avocat du directeur de la station y est pour beaucoup. De plus, le résultat à l'effet que CPAM (1610 AM) contribue à l'insertion juridique, en proposant des comportements à adopter avec les autorités québécoises, va dans le même sens que ce que propose Lazar (1996), soit que les médias jouent un rôle de plus en plus important dans l'initiation aux modèles de

comportement, fait accentué où les médias sont plus nombreux, comme dans les sociétés occidentales (tiré de Bérubé, 2009).

- Contribution à l'insertion économique

Les résultats de notre étude révèlent que CPAM (1610 AM) contribue à l'insertion économique des participants, puisqu'ils désirent accéder à des revenus et à une mobilité sociale comparables à ceux des citoyens nés dans le pays d'accueil. Ce sont les deux éléments qui font partie du processus d'insertion économique de l'immigrant (Gaudet, 2005). De plus, le niveau de scolarité et l'expertise professionnelle sont déterminants pour la qualité de cette insertion (Gaudet, 2005). Les résultats montrent que CPAM (1610 AM) remplit bel et bien cette fonction, et ce, en motivant, en dirigeant, en renseignant et en annonçant les cours et les offres d'emploi, tant du point de vue scolaire que du marché du travail. De surcroît, les conseils en matière d'entrepreneuriat, de gestion financière et l'incitation à exploiter le domaine immobilier dépassent, encore ici, les attentes. Ces résultats se situent dans le même sens que ceux de Zhou et Cai (2002), qui soutiennent que les médias ethniques américains destinés aux Chinois, en plus de lier ces derniers à leur société d'accueil, agissent comme une véritable « carte routière » pour la première génération qui vient s'intégrer à la société américaine. Les auteurs associent cette contribution à la promotion de trois aspects, soit « *the mobility goals of home ownership, entrepreneurship, and educational achievement* ».

- Participation à l'insertion linguistique

L'insertion linguistique d'un immigrant se mesure par la capacité d'utiliser la langue du pays d'accueil de façon fonctionnelle, dans la société, puis dans sa vie privée (Gaudet, 2005). Les résultats sont plutôt orientés vers des manières visant essentiellement la maîtrise du français dans la société, sans aborder l'effet de ce média dans la vie privée des participants. Un participant affirme d'emblée qu'en présence d'autres Haïtiens, à moins qu'il ne s'agisse d'enfants, le créole est de mise, ce que nous avons déjà constaté lors du recrutement de l'échantillon dans les différents établissements haïtiens visités. Une catégorie de résultats mérite tout de même une attention particulière, soit celle relative à l'insertion linguistique par la participation aux lignes ouvertes. Les éléments recensés dans cette dimension montrent une contribution directe, grâce à CPAM (1610 AM), à l'insertion linguistique, et ce, un auditeur à la fois.

- Contribution à l'insertion politique

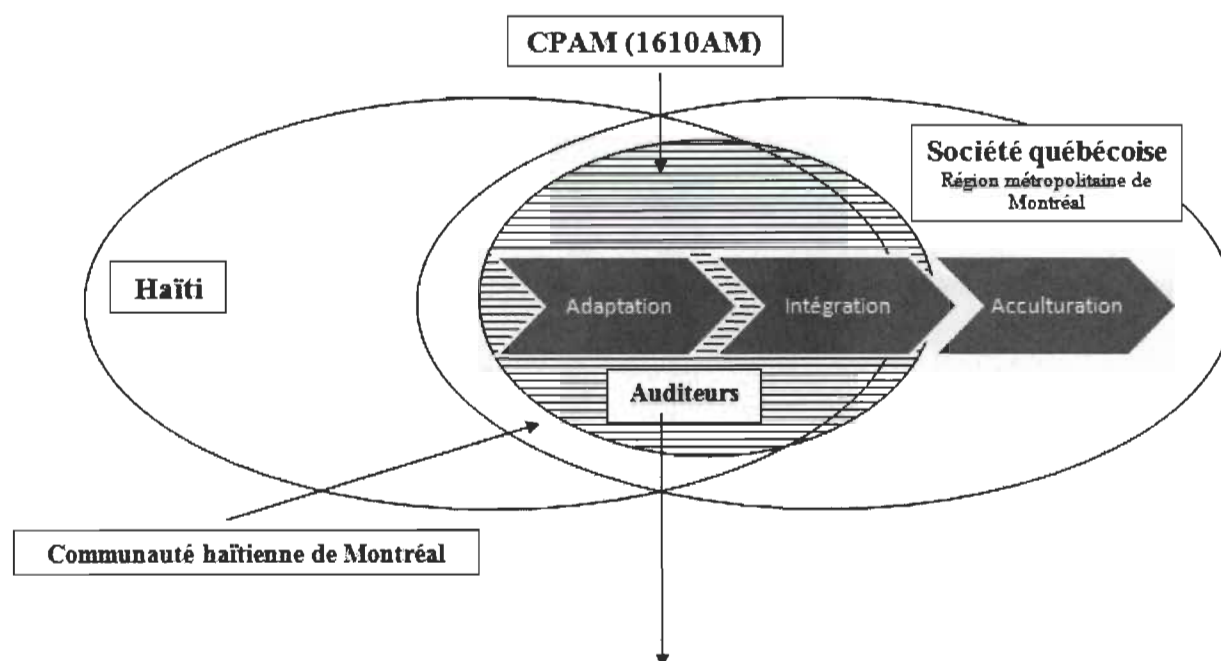
L'insertion politique relève de la participation la plus active possible aux ressources et aux services de la société d'accueil, ainsi qu'aux différentes instances décisionnelles. Elle se mesure par la participation à la vie économique, sociale et politique dans le pays d'accueil (Gaudet, 2005). Nos résultats montrent que, bien que CPAM (1610 AM) renseigne sur l'ensemble de ce qu'il y a à connaître et à comprendre au sujet de la politique au Québec, il n'y a pas de véritable incitation à participer à la sphère politique. Par contre, les informations diffusées en ondes semblent assez complètes pour mettre un auditeur immigrant en confiance pour se lancer en politique. Ces résultats se situent dans

le sens de ceux de Viswanath et Arora (2000) qui, eux aussi, tendent vers la participation dans la politique locale du pays d'accueil, soit dans l'explication de la fonction d'assimilation que devraient avoir les médias ethniques.

Enfin, un fait nous semble important à mentionner quant à l'ensemble des résultats. Lorsque nous les comparons à ceux de Bérubé (2009), nous arrivons à plusieurs similitudes, bien que l'auteure examine la contribution des médias de masse hôtes à l'insertion des immigrants à une société d'accueil. Rappelons que les résultats démontrent que de tels médias de masse représentent des agents d'information sur la société d'accueil en général, d'immersion linguistique, de socialisation avec l'Autre, d'agenda (mettre à l'agenda des activités de la société d'accueil) et d'insertion (contribuent à l'adaptation, à l'intégration et, éventuellement, à l'acculturation de l'immigrant) auprès des immigrants qui s'incorporent à une société d'accueil. En ce sens, il semble que CPAM (1610 AM) contribue à l'insertion des immigrants en agissant en partie comme un média de masse du pays hôte, au sens des écrits de Bérubé (2009).

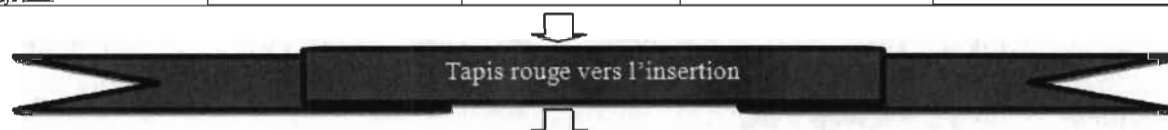
5.2.2 Présentation du Modèle bonifié. La radio ethnique CPAM (1610 AM) contribue de différentes manières au processus complexe de l'insertion d'un immigrant haïtien à la société québécoise, telles que perçues par les sujets formant l'échantillon de l'étude. Lors de l'analyse des résultats qualitatifs, à l'aide du logiciel NVivo 8, cinq thèmes émergent des discours des répondants, en plus des réponses en lien avec les cinq dimensions de l'insertion retenues dans le cadre théorique. Dans le Modèle qui suit, nous

proposons l'idée que CPAM (1610 AM), en plus de contribuer aux cinq dimensions de l'insertion d'un immigrant grâce aux différentes manières énumérées précédemment, remplit cinq fonctions qui, selon nous, sont essentielles au cheminement de l'immigrant haïtien vers l'insertion à la société québécoise. Ce constat est comparé, dans le Modèle, à un tapis rouge vers l'insertion. Ainsi, nous arrivons à la conclusion que si CPAM (1610 AM) ne remplissait pas les rôles illustrés dans les cinq thèmes émergents recensés, cette radio ethnique ne pourrait contribuer aussi efficacement à l'insertion de ses auditeurs haïtiens. Bref, c'est en gardant le lien avec la culture d'origine des immigrants haïtiens, en agissant comme médiateur entre les immigrants haïtiens et les Québécois, en offrant un média de qualité, en étant un modèle pour la communauté et en étant au service de cette dernière que CPAM (1610 AM) parvient à contribuer avec autant de réussite à l'insertion des immigrants haïtiens de première génération à la société québécoise. La figure 3 présente le Modèle bonifié de la contribution de la radio ethnique CPAM (1610 AM) à l'insertion à la société québécoise des immigrants haïtiens, selon leurs perceptions.



Perception de la contribution à l'insertion à la société québécoise selon les auditeurs haïtiens :

CPAM (1610 AM) garde le lien avec la culture d'origine	CPAM (1610 AM) agit comme médiateur entre les immigrants haïtiens et les Québécois	CPAM (1610 AM) est un média de qualité	CPAM (1610 AM) est perçue comme un modèle pour la communauté	CPAM (1610 AM) est au service de la communauté haïtienne de Montréal
<ul style="list-style-type: none"> - Répond aux besoins émotifs de l'immigrant haïtien en maintenant le lien avec sa culture d'origine et avec son pays natal ; - Garde l'immigrant haïtien informé sur l'ensemble de ce qui se passe en Haïti ainsi que dans la comm. h. ; - Reflète l'image de la communauté haïtienne, de sa culture et de son pays natal. 	<ul style="list-style-type: none"> - Permet aux Québécois d'apprendre à connaître la communauté haïtienne ; - Prend en compte le Québec dans l'ensemble de son activité. 	<ul style="list-style-type: none"> - Qualité de l'équipe ; - Qualité du contenu diffusé ; - Aspects moraux. 	<ul style="list-style-type: none"> - Modèle de progrès ; - Modèle d'insertion ; - Impacts positifs qu'a CPAM (1610 AM) sur la communauté haïtienne. 	<ul style="list-style-type: none"> - Défend en aide à la communauté haïtienne ; - Outil pour la communauté haïtienne ; - Radio adaptée à son auditoire ; - Fait partie de la vie quotidienne de la communauté haïtienne.



Insertion juridique	Insertion économique	Insertion linguistique	Insertion personnelle et communautaire	Insertion politique
<p>En général :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Médiation, explication ; - Conseil ; - Prend position pour la communauté. <p>Aspect législatif :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Éducation législative ; - Comportement à adopter avec les autorités ; - Explique les différences culturelles. <p>Aspect immigration :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conseil en affaires d'immigration ; - Incitation à régler son statut. 	<p>Insertion à l'école :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Motive ; - Dirige ; - Renseigne ; - Annonce les cours. <p>Insertion au marché du travail :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Motive ; - Dirige ; - Renseigne ; - Annonce les postes ouverts ; - Organise des activités de recherche d'emploi. <p>Aspect financier :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conseil en matière d'entrepreneuriat ; - Conseil en matière de gestion financière ; - Immobilier. 	<p>Par l'écoute de la radio :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Niveau de langue accessible ; - Langue facile à apprendre ; - Apprentissage du français par l'écoute ; - Acquisition de connaissances linguistiques ; - Venue plus facile du français ; - Améliore la qualité de la langue ; - Fierté linguistique. <p>Par l'utilisation des lignes ouvertes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les sujets poussent l'immigrant à parler français ; - Corrige les auditeurs ; - Participe à la compréhension ; - Lieu pour améliorer son expression orale. 	<p>Adaptation pers. et comm. :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Donne des références dans la société d'accueil. <p>Suggère une participation citoyenne responsable et positive :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Crée des agents mobilisateurs ; - Invite la comm. h. à se manifester lors d'événements culturels qc ; - Incite à participer socialement au Qc ; - Promeut l'entraide sans distinction entre les groupes ethnoculturels ; - Dénonce les dérapages ; - Décourage la délinquance. <p>Renseigne sur le mode de vie des Québécois :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Explique les règles de civilité du Qc ; - Compare les habitudes de vie des deux sociétés ; - Présente la vie courante au Qc ; - Traite de l'actualité culturelle québécoise. 	<p>Incitation à exercer son droit de vote :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Incite à voter. <p>Offre un canal d'informations sur la politique au Qc :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présente le fonctionnement au Qc ; - Trace le portrait de la situation politique au Qc ; - Permet de faire des choix éclairés quand vient le moment de voter.

Figure 3: Modèle bonifié de la contribution de la radio ethnique CPAM (1610 AM) à l'insertion à la société québécoise des immigrants haïtiens, selon leurs perceptions

5.3 Synthèse des résultats. L'objectif de la présente recherche est de tenter de mieux connaître et comprendre de quelles manières, selon les perceptions des immigrants haïtiens de première génération, CPAM (1610 AM) contribue à leur insertion à la société québécoise. Les résultats, obtenus auprès d'un échantillon formé de huit auditeurs ayant émigré d'Haïti au cours de leur vie pour venir s'installer au Québec, montrent que la radio ethnique, en plus de contribuer de différentes manières aux cinq dimensions de l'insertion d'un immigrant, remplit cinq fonctions essentielles au cheminement vers l'insertion à la société québécoise.

Une partie des résultats de cette étude représente des manières utilisées par CPAM (1610 AM), selon les perceptions des participants, afin de contribuer aux dimensions juridique, économique, linguistique, personnel et communautaire, ainsi que politique de l'insertion des immigrants haïtiens à la société québécoise. En résumé, ces résultats montrent que CPAM (1610 AM) est perçue comme une radio ethnique qui participe à ces cinq dimensions de l'insertion de Gaudet (2005). Cette contribution varie d'une dimension à l'autre, ce qui confirme l'une de nos hypothèses à l'effet que la participation de cette radio à l'insertion des immigrants en soit une de « segmentée », au sens des écrits de Safi (2001). En effet, aucune des manières utilisées par ce média ethnique pour contribuer à l'insertion, telles que perçues par les participants, ne se répète d'une dimension à l'autre. Dans les cas de la contribution à l'insertion juridique, économique ainsi que personnelle et communautaire, tous nos résultats vont dans le même sens que ceux proposés par Gaudet (2005). Nous associons ce constat à l'implication de Jean

Ernest Pierre, président-directeur général de CPAM (1610 AM), dans le contenu diffusé en ondes. En plus d'être avocat et entrepreneur, ce réputé *leader* de la communauté semble avoir à cœur de partager ses connaissances avec ses pairs immigrants, en plus d'insister sur l'importance de l'insertion à l'école et au marché du travail. L'aspect juridique de l'immigration, les problèmes de gangs de rue chez les jeunes et les difficultés d'insertion économique de la communauté haïtienne ne sont que quelques-uns des sujets d'importance traités lors des émissions animées et programmées par Jean Ernest Pierre. À ce titre, il est, aussi, maintes fois présenté par les participants comme étant le Représentant de la station de radio elle-même ; lorsqu'une question leur était posée sur CPAM (1610 AM), ces derniers répondaient en faisant référence à « lui », à « il », à « ce monsieur-là », etc. Malgré ce constat, c'est à la dimension de l'insertion linguistique à laquelle il semble que CPAM (1610 AM) contribue le plus, et de loin, selon les participants à cette étude. Deux éléments propres à la radio ethnique permettent de justifier la majorité des résultats pour cette dimension, soit l'utilisation du français comme langue principale, ainsi que les lignes ouvertes. Souvent, avant même que la question leur soit posée, les participants nous disent percevoir CPAM (1610 AM) comme un outil de francisation très efficace. Enfin, concernant les résultats ayant trait à l'insertion politique, bien que la radio ethnique y contribue en offrant de l'information sur la politique au Québec et en incitant les membres de la communauté à exercer leur droit de vote, elle ne suscite pas beaucoup d'intérêt chez les participants, à savoir que les résultats ne vont pas dans le même sens d'inciter les participants à s'impliquer dans la

sphère politique, contrairement aux résultats obtenus par Gaudet (2005), ainsi que Viswanath et Arora (2000).

Les différentes manières utilisées par CPAM (1610 AM) pour contribuer à l'insertion générale des immigrants sont d'autant plus efficaces, puisque la radio ethnique aide à garder le lien avec la culture d'origine des immigrants haïtiens, agit comme médiateur entre les immigrants haïtiens et les Québécois, offre un média de qualité, est un modèle pour la communauté et est au service de la communauté desservie. Bref, CPAM (1610 AM) parvient à contribuer avec autant de réussite à l'insertion des immigrants haïtiens de première génération à la société québécoise, car le fait que cette radio ethnique garde le lien avec la culture d'origine est l'élément qui est ressorti le plus fortement. Nous associons ce constat aux difficultés multiples qui touchent Haïti depuis déjà de nombreuses années ainsi qu'à la nostalgie venant avec le fait de quitter la terre natale. Cette émotion nous a d'ailleurs accompagnés tout au long de notre travail, ainsi qu'influencé notre posture d'analyse, qui en est une de sensible aux sentiments.

Ainsi, nous arrivons à la conclusion que, dans le cas de CPAM (1610 AM), le média ethnique ne participe pas à l'isolation ou à la ghettoïsation de la communauté haïtienne, et ce, malgré le fait que cette radio ethnique soit majoritairement consacrée à ses membres, à sa culture et à son pays d'origine. Ce constat va dans le sens des travaux d'Appadurai (1996), de Naficy (1993), de Zuberi (2001) et des collaborateurs de l'ouvrage de Cunningham et Sinclair (2000). En effet, c'est justement en prenant en

compte l'ensemble de l'univers de l'immigrant, relatif tant à sa terre natale qu'à sa terre d'accueil, et en lui offrant un média de qualité représentant un modèle dans sa communauté, que le tapis rouge vers l'insertion est déroulé par le média ethnique qui peut y contribuer de différentes manières, propres à chacune des dimensions de ce concept complexe. De plus, nous observons plusieurs similitudes entre nos résultats et ceux de Bérubé (2009), bien que l'auteure examine les contributions des médias de masse hôtes à l'insertion des immigrants à une société d'accueil. En ce sens, il semble que CPAM (1610 AM) contribue à l'insertion des immigrants haïtiens en agissant en partie comme un média de masse du pays hôte, au sens des écrits de Bérubé (2009). Enfin, notons que les particularités de la radio ethnique et de la communauté qu'il dessert se situent au cœur de l'activité médiatique. Dans le cas de CPAM (1610 AM), l'implication d'un *leader* de la communauté, le traitement de sujets concernant cette dernière (gangs de rue, difficultés d'insertion économique, etc.), l'utilisation du français comme langue principale et l'offre de lignes ouvertes sont des éléments clés qui permettent à cette radio ethnique de contribuer à l'insertion des immigrants haïtiens à la société québécoise.

Conclusion

?

Dès les premières pages de cette étude, la hausse de l'immigration au Québec est constatée, phénomène qui pousse à se pencher sur les difficultés d'insertion à la société d'accueil que vivent les personnes issues de l'immigration. Cette situation amène à regarder du côté des médias comme outil intégrateur, plus particulièrement ceux de type ethnique, second concept à l'étude. L'ensemble des réflexions amène à poser la question de recherche portant sur la contribution des médias ethniques à l'insertion des immigrants. La communauté haïtienne de Montréal et la radio ethnique CPAM (1610 AM) sont au cœur de cette étude, choix justifié en raison de la hausse de l'immigration haïtienne, notamment suite au tremblement de terre de janvier 2010, aux difficultés d'insertion de cette communauté et aux chiffres témoignant de l'attachement de la communauté haïtienne de Montréal envers son média ethnique de type radiophonique (Millette, Millette, & Proulx, 2010). Afin de répondre à notre question de recherche, des entretiens qualitatifs sont réalisés avec huit auditeurs de CPAM (1610 AM) qui sont immigrants haïtiens de première génération. L'analyse de leur discours, souvent teinté de tristesse et de nostalgie, a permis de mieux connaître et comprendre les manières grâce auxquelles leur radio de prédilection contribue à leur insertion au Québec.

La recherche sur les médias ethniques en général et les manières dont ils contribuent à l'insertion des immigrants en contexte québécois en est encore à ses tout débuts. Notre recherche participe à l'accroissement des connaissances sur ce sujet. Bien que d'autres

recherches se soient penchées sur la contribution à l'insertion des communautés immigrantes des médias ethniques, aucune d'entre elles ne porte sur la communauté haïtienne de Montréal.

Notre recherche comporte sa part de limites. Nos difficultés à recruter notre échantillon nous ont poussées à nous satisfaire de huit participants. Bien qu'une certaine saturation des résultats ait été observée, il reste que nous aurions aimé nous entretenir avec plus d'auditeurs, et ce, de façon plus approfondie. De plus, la distance que nous avons ressentie lors du recrutement, que nous associons à la différence de culture entre celle de l'immigrant et la nôtre, incite à penser que l'implication d'une personne d'origine haïtienne aurait pu être utile lors de cette étape et lors de celle de la collecte des données. Ensuite, les résultats obtenus sont difficilement généralisables à d'autres médias ethniques, notamment en raison de l'impact des particularités du média et de la communauté qu'il dessert, tels l'implication d'un *leader* de la communauté, le traitement de sujets concernant cette dernière (gangs de rue, difficultés d'insertion économique, etc.), l'utilisation du français comme langue principale et l'offre de lignes ouvertes. Le contexte auquel fait face Haïti fait aussi impérativement partie de ces particularités. Par contre, notre étude confirme l'importance des médias ethniques comme outil dans le processus d'insertion d'un immigrant.

Parmi les pistes éventuelles, il serait intéressant d'appliquer le même processus de recherche à d'autres radios ethniques rejoignant différentes communautés culturelles

québécoises afin de comparer leurs résultats. Par exemple, nous serions curieuses de savoir si le croisement des résultats avec ceux d'un média allophone montre une contribution comparable à celle de CPAM (1610 AM) à l'insertion de ses auditeurs à la société québécoise. Le même exercice pourrait être réalisé en étudiant d'autres types de médias ethniques, tels les journaux ou, encore, la télévision, ce média que nous avons d'ailleurs peu croisé dans nos recherches, étant donné la pauvreté de l'offre médiatique qui y est associée. Ces recherches permettraient, entre autres, de proposer des recommandations quant à la programmation d'un média ethnique pour maximiser la contribution à l'insertion des communautés ethnoculturelles à la société québécoise.

Notre recherche a été entreprise sous l'angle des perceptions des auditeurs. Afin de s'assurer de la justesse des résultats, une analyse de contenu ou, encore, une comparaison entre nos résultats et le point de vue des animateurs aurait pu être faite, afin de vérifier s'il existe une corrélation entre ce qui est diffusé et ce qui est perçu quant aux manières de contribuer à l'insertion. De plus, le fait que le CRTC, pour des raisons financières et techniques, et bien que la demande soit forte quant à l'obtention de fréquences radio et télé, oblige les médias à caractère ethnique à desservir plusieurs communautés ethnoculturelles à la fois dans le territoire couvert (CRTC, 1999), nous demandons si le fait de partager un poste de radio avec d'autres groupes ethnoculturels est une variable qui influence la contribution à l'insertion. Une éventuelle recherche en ce sens pourrait permettre d'y répondre. Enfin, nous sommes d'avis que l'implication de Jean Ernest Pierre, le PDG de CPAM (1610 AM), est un élément important à considérer

dans la contribution de ce média à l'insertion de la communauté haïtienne de Montréal à la société québécoise. Une étude quant à l'implication de *leaders* communautaires au sein des médias ethniques serait une piste intéressante à suivre, afin de mieux connaître et comprendre la contribution des médias ethniques à l'insertion des immigrants à la société d'accueil.

Ce qui nous a poussés à entreprendre cette étude est le croisement entre les difficultés d'insertion des immigrants haïtiens à la société québécoise, le taux élevé de l'attachement aux médias ethniques de type radiophonique de cette communauté (Millette, Millette, & Proulx, 2010) et le consensus, dans la littérature, voulant que les médias ethniques aient un impact sur l'insertion. Nos résultats démontrant l'importance de l'outil d'insertion qu'est CPAM (1610AM) pour les Haïtiens, nous ne pouvons qu'encourager la poursuite et le développement des activités de cette radio ethnique.

Références

- Abou, S. (1981). *L'identité culturelle, relations interethniques et problèmes d'acculturation*. Paris : Anthropos.
- Aoudia, K. (2009). Réception par satellite et Internet des médias arabes transnationaux : intégration et transformations identitaires d'immigrants maghrébins à Montréal. Thèse de doctorat inédite, Université du Québec à Montréal. Document consulté le 30 juin 2010 de <http://www.archipel.uqam.ca/2653/1/D1880.pdf>
- Antronus, R. (2002). Un racisme respectable. Dans J., Renaud, L., Pietrantonio, & G., Bourgeault (dir.). *Ce qui a changé depuis le 11 septembre 2001: Les relations ethniques en question*. (pp. 253-270). Montréal : Presses de l'Université de Montréal.
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis : University of Minnesota Press.
- Barbier, A., Olivier, É., & Pierre-Jacques, C. (1984). Convergence et ruptures dans les systèmes d'éducation : le cas de l'échec scolaire des Haïtiens au Québec. *Anthropologie et Sociétés*, 8 (2), 49-64. Document consulté sur Érudit : <http://id.erudit.org/iderudit/006197ar>
- Barrette, C. et al. (1996). *Guide de communication interculturelle*. Québec: Éditions du Renouveau Pédagogique.
- Berneman, C. (1997). *Étude des perceptions de la télévision francophone par les communautés culturelles à Montréal. Analyse du sondage CROP-OMNIBUS 1996*. Québec : Centre d'études sur les médias.
- Bérubé, F. (2009). *Médias et insertion des immigrants : le cas de récents immigrants latino-américains en processus d'insertion à Québec*. Thèse de doctorat inédite, Université du Québec à Montréal. Document consulté le 17 mars 2010 de <http://www.archipel.uqam.ca/2249/1/D1802.pdf>
- Bérubé, F. (2007). La représentation de la diversité culturelle québécoise dans la publicité télévisée francophone. *Mídia e Representação, Comunicação e Informação*, 10 (2), 52-61, jul./dez.

- Brédimas-Assimopoulos, N. (1975). Intégration civique sans acculturation : les Grecs à Montréal. *Sociologie et Sociétés*, 7, 129-142.
- Commission des écoles catholiques de Montréal (CECM). (1978). *Rapport de la sous-commission retard scolaire*. Montréal : CECM.
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). (1999). *Politique relative à la radiodiffusion à caractère ethnique*. Avis public, CRTC 1999-117. Ottawa : Gouvernement du Canada. Site consulté le 2 février 2010 : <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/1999/PB99-117.htm#tphp#tphp>
- Conseil des relations interculturelles (C.R.I.). (2009). *Une représentation et un traitement équitables de la diversité dans les médias et la publicité*. Québec : Gouvernement du Québec.
- Colfax, J. D., & Sternberg, S. F. (1972). The Perpetuation of Racial Stereotypes: Blacks in Mass Circulation Magazine Advertisements. *Public Opinion Quarterly*, 8-18.
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). (1999). *Politique relative à la radiodiffusion à caractère ethnique*. Ottawa, Avis public CRTC 1999-117. Document consulté le 12 juillet 2010 de <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/1999/pb99-117.htm>
- Cunningham, S., & Sinclair, J. (éds.). (2000). *Floating Lives: the Media and Asian Diasporas*. St Lucia : University of Queensland Press.
- Dancause, J.-L. (2001). Intégration et transnationalisme chez les dominicains de Montréal. Mémoire de maîtrise inédit, Université Mc Gill. Document consulté le 17 juillet 2010 de http://digitool.library.mcgill.ca/R/?func=dbin-jump-full&object_id=31098&local_base=GEN01-MCG02
- Desruisseaux, J.-C., St-Pierre, L., Tougas, F., & de la Sablonnière, R. (2002). Jeunes Haïtiens de Montréal et déviance : frustration, méfiance et mauvaises fréquentations. *Revue québécoise de psychologie*, 23 (3), 43-55.
- Deuze, M. (2006). Ethnic media, community media and participatory culture. *Journalism*, 7 (3), 262-280.
- Downing, J., & Husband, C. (2005). *Representing Race : Racisms, Ethnicities and Media*. Londres : Sage.

- Ferréol, G. (2003). Acculturation. Dans G. Ferréol et G. Jucquois (sous la dir. de). *Dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles*.
- Fortin, M.-F., Côté, J., & Fillion, F. (2006). *Fondements et étapes du processus de recherche*. Montréal : Chenelière Éducation.
- Gaudet, É. (2005). *Relations interculturelles : comprendre pour mieux agir*. Mont-Royal : Thompson, Groupe Modulo.
- Gaudet, É. (2011). *Relations interculturelles : comprendre pour mieux agir*. (2^e ed.) Montréal : Modulo.
- Gillis, A., & Jackson, W. (2002). *Research for Nurses : Methods and Interpretation*. Philadelphie : F.A. Davis.
- Giroux, L., & Sénéchal, J. (1996). *Les jeunes adultes des communautés culturelles du Québec et des médias d'expression française*. Département de communication, Université de Montréal et Direction des médias, de la publicité et de l'audiovisuel du gouvernement du Québec.
- Goban-Klas, T. (1989). Minority media. Dans *International Encyclopedia of communications*, 3. New York-Oxford : Oxford University Press, 30-32.
- Grier, W., & Cobbs, P. (1968). *Black rage*. New York : Bantam Books.
- Guyot, J. (2006). Les médias pour les minorités comme objet de recherche : questions théoriques et méthodologiques. *Cahiers franco-canadiens de l'Ouest*, 18 (2), 119-141. Document consulté sur Érudit de <http://id.erudit.org/iderudit/018946ar>
- Henderson-King, E. I., & Nisbett, R. E. (1996). Anti-black prejudice as a function of exposure to the negative behaviour of a single black person. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, 654-664.
- Jacob, A. (1993). *Le service de police de la Communauté urbaine de Montréal et la gestion de la diversité en milieu pluriethnique*. Rapport de recherche subventionnée par le Solliciteur général du Canada. Montréal : Université du Québec à Montréal.
- James, C. E. (2009). Media accounts of the integration and settlement of « island » immigrants in Anglophone Caribbean states. *Journal of Eastern Caribbean Studies*, 34 (1), 41-69.
- Jandt, F. E. (2004). *An Introduction to Intercultural Communication: Identities in a Global Community*. Thousand Oaks : Sage.

- Johnson, M. A. (2010). Incorporating self-categorisation concepts into ethnic media research. *Communication Theory. International communication association*, 20, 106-125.
- Joly, D. (2005). La gouvernance de l'immigration et de l'intégration. *Les chantiers de l'histoire*, 1255, 19-27.
- Joly, J. (1996). *Sondage d'opinion publique québécoise sur l'immigration et les relations interculturelles*. Rapport présenté à la Direction des études et de la recherche, Ministère des Relations avec les citoyens et de l'Immigration. Les Services à la recherche J.T.D. inc.
- Kim, Y. Y. (2001). *Becoming Intercultural: An Integrative Theory of Communication and Cross-Cultural Adaptation*. Thousand Oaks: Sage.
- Lachance, L. (1994). *La consommation des médias par les communautés culturelles : analyse secondaire des données CROP-Omnibus multiculturel de Montréal-1991*. Québec : Conseil du Trésor.
- Laferrière, M. (1983). L'éducation des enfants des groupes minoritaires au Québec : la définition des problèmes par les groupes eux-mêmes à l'intervention de l'État. *Sociologie et société*, 15 (2).
- Laramée, A. (1989). *La communication mass-médiatique au Canada et au Québec: un cadre socio-politique*. Sillery : Presses de l'Université du Québec.
- Lazar, J. (1996). *La science de la communication*. Paris : Presses universitaires de France.
- Leclerc, J. (2001). *L'aménagement linguistique dans le monde*. Québec : TLFQ, Université Laval.
- Li, Y. (2009). Les médias chinois à Montréal. Mémoire de maitrise inédit, Université de Montréal.
- Loi sur la radiodiffusion. (1991). L.C. 1991, ch. 11, Canada.
- Mattelart, T. (dir.). (2007). *Médias, migrations et cultures transnationales*. Paris / Bruxelles : INA / De Boeck.

- Ministère de la Culture et des Communications (MCC). (1999). *Les personnes issues de l'immigration : leurs pratiques médiatiques et leurs activités culturelles*. Rapport d'étude. Québec : Gouvernement du Québec.
- Ministère de l'Immigration et Communautés culturelles du Québec (MICC). (2010). *Portrait statistique de la population d'origine ethnique haïtienne recensée au Québec en 2006*. Québec : Gouvernement du Québec et Statistique Canada, recensement de 2006.
- Ministère de l'Immigration et Communautés culturelles du Québec (MICC). (2011). *Bulletin statistique sur l'immigration permanente au Québec, 4^e trimestre et année 2010*. Québec : Direction de la recherche et de l'analyse prospective.
- Ministère des Communautés culturelles et de l'immigration. (1991). *L'intégration des immigrants et des Québécois des communautés culturelles : document de réflexion et d'orientation*. Montréal : Direction des communications.
- Ministère de l'Immigration et des communautés culturelles, Ministère de l'emploi et de la Solidarité sociale. (2010). *Recours au programme d'aide sociale par les immigrants de la catégorie des travailleurs qualifiés : échec ou transition dans le processus d'intégration ?* Faits saillants. Québec : Gouvernement du Québec.
- Millette, J., Millette, M., & Proulx, S. (2010). *Attachement des communautés culturelles aux médias. Le cas des communautés haïtienne, italienne et magrébine de la région de Montréal*. Montréal : Groupe de recherche et d'observation des usages et cultures médiatiques (GRM-UQÀM) et Centre d'études sur les médias (CEM). Résumé exécutif.
- Mongeau, P. (2009). *Réaliser son mémoire ou sa thèse : côté jeans et côté tenue de soirée*. Québec : Presses de l'université du Québec.
- Morin, F. (1993). Entre visibilité et invisibilité : les aléas identitaires des Haïtiens de New York et Montréal. *Revue européenne de migrations internationales*, 9 (3), 147-176. Document consulté le 12 octobre 2010 de http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/remi_0765-0752_1993_num_9_3_1373
- Morley, D., & Robins, K. (1995). *Spaces of Identity: Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries*. London : Routledge.
- Naficy, H. (1993). *The Making of Exile Cultures: Iranian Television in Los Angeles*. Minneapolis : University of Minnesota Press.

- Neuliep, J. W. (2006). *Intercultural Communication : A Contextual Approach*. Thousand Oaks : Sage.
- Paillé, P., & Mucchielli, A. (2008). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*. 2^e édition. Coll. U. Paris : Armand Colin.
- Parazelli, M. (2000). L'appropriation de l'espace et les jeunes de la rue : un enjeu identitaire. Dans Laberge, D. (sous la dir. de) *L'errance urbaine*, collectif de recherche sur l'itinérance, la pauvreté et l'exclusion sociale. Sainte-Foy : Les Éditions Multi-Mondes, 193-220.
- Piché, V. (2004). Immigration et intégration linguistique : vers un indicateur de réceptivité sociale. *Les Cahiers du Grès*, 4 (1), 7-22. Document consulté le 12 octobre 2010 de : <http://id.erudit.org/iderudit/009712ar>
- Piché, V., & Bélanger, L. (1995). *Une revue des études québécoises sur les facteurs d'intégration des immigrants*. Québec : Ministère des Affaires internationales, de l'immigration et des Communauté culturelles.
- Pierre, A. (2005). *L'insertion par le travail autonome et le développement des réseaux haïtiens de solidarité au Québec*. Mémoire de maîtrise inédit, Université de Montréal.
- Pierre-Jacques, C. (1981). *Le jeune enfant haïtien et l'école québécoise*. Montréal, Centre de recherches Caraïbes, Université de Montréal.
- Potvin, M. (1997). Les jeunes de la deuxième génération haïtienne au Québec : entre la communauté « réelle » et la communauté « représentée ». *Sociologie et sociétés*, 29, (2), 77-101.
- Potvin, M. (2004). Racisme et discrimination au Québec : réflexion critique et prospective sur la recherche. Dans J. Renaud, A. Germain et X. Leloup (dirs.) *Racisme et discriminations : permanence et résurgence d'un phénomène inavouable*. Ste-Foy : Presses de l'Université Laval.
- Proulx, S., & Bélanger, D. (1996a). *La dynamique de consommation télévisuelle des membres de cinq communautés culturelles de la région de Montréal : analyse des groupes de discussion en fonction de la durée de séjour*. Rapport du Centre d'études sur les médias (CEM), en collaboration avec le Groupe de recherche sur les médias (GRM), pour le Ministère des Relations avec les citoyens et de l'Immigration du Québec. Ste-Foy : Université Laval.

- Proulx, S., & Bélanger, D. (1996b). *La télévision francophone miroir d'une société pluriculturelle? - Dynamique de consommation télévisuelle de communautés culturelles à Montréal*. Rapport final du Centre d'études sur les médias (CEM), en collaboration avec le Groupe de recherche sur les médias (GRM). Ste-Foy/Montréal : Université Laval/Université du Québec à Montréal.
- Proulx, S., & Bélanger, D. (2001). *La représentation des communautés immigrantes à la télévision francophone du Québec, une opportunité stratégique*. Réseaux no 107-FT R&D. Paris : Hermès Science Publications, 119-145.
- Ravary, V. (1977). *Rapport sur la situation des élèves haïtiens à la Commission des écoles catholiques de Montréal*. Montréal : CECM.
- Ravault, R. J. (1986). Défense de l'identité culturelle par les réseaux traditionnels de « coersédution ». *International Political Science Review*, 7 (3), 251-280.
- Ravault, R. J. (1996). Développement durable, communication et réception active. *Communication et développement international*, sous la dir. de Thérèse Paquet-Sévigny, 59-79. Sainte-Foy: Presses de l'Université du Québec.
- Ravault, R. J. (2001). *La réception des communications organisationnelles dans le contexte de la mondialisation*. Contributions introductives au Colloque : Les recherches sur les communications organisationnelles en débat. Rennes : Université Rennes 2, 74-79.
- Redfield, R. *et al.* (1936). Memorandum in the study of acculturation. *American Anthropologist*, 38 (1), 149-152.
- René, M.-F., & Antonius, R. (2009). La diversité vue par un journal communautaire maghrébin à Montréal. *Global Media Journal -- Canadian Edition*, 2 (2), 91-111.
- Répertoire des médias pour la région de Montréal. Site consulté le 14 mars 2011 de : <http://www.montreal.gouv.qc.ca/medias/RepertoireMedia.asp?Region=Montreal&Filre=Tous>
- Ridjanovic, A. C. (2006). *Les médias ont-ils facilité ou rendu plus difficile l'adaptation des réfugiés de guerre bosniaques dans la ville de Québec ?* Document obtenu auprès de l'auteure. (Tiré de Bérubé, 2009).

- Ridjanovic, A. C. (2007). Le rôle des médias dans l'adaptation des réfugiés dans leur pays d'accueil : le cas des réfugiés bosniaques dans la Ville de Québec. *Recherches Qualitatives*, 4, 69-91.
- Rosenfield, D., Greenberg, J., Folger, R., & Borys, R. (1975). Effect of an encounter with a Black panhandler on subsequent helping for Blacks : Tokenism or negative stereotyping. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 8, 664-671.
- Runciman, W. G. (1966). *Relative deprivation and social justice : A study of attitudes to social inequality in Twentieth-Century England*. Berkeley : University of California Press.
- Safi, M. (2006). Le processus d'intégration des immigrés en France : inégalités et segmentation. *Revue française de sociologie*, 47 (1), 3-48.
- Statistique Canada. (2005). *Enquête longitudinale auprès des immigrants du Canada. S'établir dans un nouveau pays : un portrait des premières expériences*. Catalogue no. 89-614-XIF. Ottawa : Gouvernement du Canada.
- Statistique Canada. (2009). *Diversité ethnique et immigration*. Annuaire du Canada 2009. Catalogue no 11-402-X. Ottawa : Gouvernement du Canada.
- Statistiques Canada. (2001). *Profils de communautés ethniques au Canada. La Communauté haïtienne au Canada*. Catalogue no 89-621-XIF. Ottawa : Gouvernement du Canada.
- Statistique Canada. (s.d.). *Composantes de la croissance démographique par province et territoire*. Du 1^{er} juillet 2009 au 31 juin 2010. Ottawa : Gouvernement du Canada. Site consulté le 25 mars 2011 de : <http://www40.statcan.gc.ca/102/cst01/demo33b-fra.htm>
- Strauss, A., & Corbin, J. (2004). *Les fondements de la recherche qualitative*. Fribourg : Academic Press Fribourg.
- Thériault, J. Y. (2003). Intégration. Dans G. Ferréol et G. Jucquois (sous la dir. de). *Dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles*. Paris : Armand Colin.
- Thompson, C. E., Neville, H., Weathers, P. L., Poston, W. C., & Atkinson, D. R. (1990). Cultural mistrust and racism reaction among African-American students. *Journal of College Student Development*, 31, 162-168.

- Tougas, F., Desruisseaux, J. C., Desrochers, A., St-Pierre, L., & Perrino, A. (soumis). *The consequences of two forms of racism : The bad, and the ugly.*
- Tremblay, J., & Parazelli, M. (2001). Écarts culturels et espaces identitaires : l'intervention auprès de jeunes Québécois d'origine haïtienne en HLM. *Nouvelles pratiques sociales*, 14 (2), 39-58.
- Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D., & Wetherell, M. S. (1987). *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Oxford, UK: Basil Blackwell.
- Viswanath, K., & Arora, P. (2000). Ethnic Media in the United States: An Essay on Their Role in Integration, Assimilation, and Social Control. *Mass Communication & Society*, 3 (1), 39-56.
- Wang, G., & Kincaid, D. L. (1982). News Interest of Immigrants in Hawaii. *Journalism Quaterly*, 59 (4), 573-580.
- Weinfeld, M. (2000). The Integration of Jewish Immigrants in Montreal: Models and Dilemmas of Ethnic Match. Dans D. L. Elazar et M. Weinfeld (eds). *Still Moving: Recent Jewish Migration in Comparative Perspective*. New Brunswick & London : Transaction Publishers, 285-296.
- Zhou, M., & Cai, G. (2002). Chinese Language Media in the United States: Immigration and Assimilation in American Life. *Qualitative Sociology*, 25 (3), 419-441.
- Zuberi, N. (2001). *Sounds English: Transnational Popular Music*. Urbana : University of Illinois Press.

Appendice A

Guide d'entretien

Guide d'entretien

A- Profil d'auditeur de CPAM (1610 AM)

- (Q1) Parmi les médias québécois, canadiens ou internationaux, lesquels consultez-vous le plus souvent (imprimés, télévision, radio, Internet) ? Pourquoi ?
- (Q2) Où se situe CPAM (1610 AM) dans vos préférences pour les médias que vous avez mentionnés ?
- (Q3) Comment avez-vous découvert CPAM (1610 AM) ?
- (Q4) À quelle fréquence écoutez-vous CPAM (1610 AM) ?
- (Q5) Combien de temps par jour ou par semaine en moyenne écoutez-vous CPAM (1610 AM) ?
- (Q6) Où êtes-vous quand vous écoutez CPAM (1610 AM) ?
- (Q7) Quelles émissions écoutez-vous ?
- (Q8) Quels sont les sujets qui vous intéressent le plus quand vous écoutez cette station de radio ?

B- Impressions sur CPAM (1610 AM)

- (Q9) Pourquoi écoutez-vous CPAM (1610 AM) ?
- (Q10) À quelles fins utilisez-vous CPAM (1610 AM) ?
- (Q11) Qu'aimez-vous de CPAM (1610 AM) ?
- (Q12) Quels liens entretenez-vous avec cette radio ethnique ?
- (Q13) Avez-vous confiance en CPAM (1610 AM) ?
- (Q14) CPAM (1610 AM) répond-elle à vos besoins d'immigrant ?

C- Perceptions de la contribution de la radio ethnique CPAM (1610 AM) à l'insertion du sujet selon 5 thèmes

(Q15) Quelle est la contribution de CPAM (1610 AM) sur votre insertion (ou sur l'insertion de la communauté haïtienne) à la société québécoise ?

1-L'insertion personnelle et communautaire

(Q16) Quelle est la contribution de CPAM (1610 AM) sur votre insertion (ou sur l'insertion de la communauté haïtienne) de types personnelle et communautaire à la société québécoise ?

Vous arrive-t-il d'entendre parler :

- De culture québécoise sur les ondes de CPAM (1610 AM), soit des arts, religion, loisirs, sports, nourriture, habitudes vestimentaires ? Pouvez-vous me donner des exemples ?
- D'associations de tous types ;
- De lieux de contacts.

2-L'insertion juridique

(Q17) Quelle est la contribution de CPAM (1610 AM) sur votre insertion juridique à la société québécoise (ou sur l'insertion de la communauté haïtienne) ?

Vous arrive-t-il d'entendre parler :

- Des démarches à suivre pour l'obtention du statut de citoyen canadien ;
- De la politique d'intégration des nouveaux arrivants, etc.

3-L'insertion économique

(Q18) Quelle est la contribution de CPAM (1610 AM) sur votre insertion économique à la société québécoise (ou sur l'insertion de la communauté haïtienne) ?

Vous arrive-t-il d'entendre parler :

- Du marché du travail au Québec sur les ondes de CPAM (1610 AM) ?
- De scolarité, d'entreprendre de études au Québec, d'équivalence d'acquis entre Haïti et le Canada, etc. ?
- Du statut social de différents types d'emplois au Québec, etc. ?

4-L'insertion linguistique

(Q19) Quelle est la contribution de CPAM (1610 AM) sur votre insertion linguistique à la société québécoise (ou sur l'insertion de la communauté haïtienne) ?

- Que pensez-vous du fait que les animateurs de CPAM (1610 AM) parlent le français ?
- Grâce à CPAM (1610 AM), y a-t-il eu une évolution de votre utilisation du français au détriment du créole ? Avec vos amis d'origine haïtienne, votre famille, vos enfants, etc. ?

5-L'insertion politique

(Q20) Quelle est la contribution de CPAM (1610 AM) sur votre insertion politique à la société québécoise (ou sur l'insertion de la communauté haïtienne) ?

Vous arrive-t-il d'entendre parler :

- Des ressources qui vous sont offertes ?
- De politique québécoise (fédérale, provinciale, municipale, etc.)?
- Des démarches à suivre pour vous inscrire aux les différentes listes électorales, etc. ?

Conclusion

(Q21) En regard de ce que vous avez dit, expliquez en quoi vous êtes satisfait (ou non) de la contribution de CPAM (1610 AM) à votre insertion (ou sur l'insertion de la communauté haïtienne).

(Q22) Si CPAM (1610 AM) vous demandait comment elle pourrait améliorer sa contribution à votre insertion (ou sur l'insertion de la communauté haïtienne), que répondriez-vous ?

(Q23) En terminant, auriez-vous autre chose à ajouter concernant la contribution de CPAM (1610 AM) à votre insertion à la société québécoise (ou sur l'insertion de la communauté haïtienne) que nous n'aurions pas eu l'occasion d'aborder ?

D- Données sociodémographiques des participants

- (Q24) Âge ;
- (Q25) État matrimonial ;
- (Q26) Revenu annuel du foyer:
- Moins de 10 000\$;
 - Entre 10 000 et 20 000\$;
 - Entre 20 000 et 30 000\$;
 - Entre 30 000 et 40 000\$;
 - Entre 40 000 et 50 000\$;
 - Plus de 50 000\$.
- (Q27) Emploi occupé ;
- (Q28) Nombre de personnes habitant dans le foyer ;
- (Q29) Niveau de scolarité ;
- (Q30) Nombre d'années depuis l'arrivée au Québec.

Appendice B

Avis de recherche

AVIS DE RECHERCHE

Pour une étude sur la contribution de CPAM à l'insertion à la société québécoise, recherchons :

- ❖ Haïtiens immigrants ;
- ❖ Arrivés depuis moins de 10 ans ;
- ❖ Auditeurs de CPAM (1610 AM) ;
- ❖ Disponibles pour un entretien d'une heure.

Contact:

Marie-Hélène La Mothe
Étudiante à la maîtrise (UQTR)
450-670-7597

marie-helene.lamothe@uqtr.ca

[illegible]

Appendice C

Liste des endroits approchés pour le recrutement de l'échantillon en 2010 et retombées

Médias :

CPAM (1610 AM)

Jean Ernest Pierre, Président directeur général

514-790-2726

jeanernestpierre1610@yahoo.ca

Jean Ernest Pierre m'a offert une entrevue en direct et une publicité de 30 secondes.

Universités :

Collectif des étudiants internationaux

UQÀM

514-987-3000 # 1769

cei@uqam.ca

Jamais eu de réponse à mes courriels.

Association des étudiants d'origine antillaise

UQÀM

514-987-3000 # 7020

aeoa@uqam.ca

Jamais eu de réponse à mes courriels et à mes appels.

Bureau des diplômés

UQÀM

bureau.diplomes@uqam.ca

Refus de publication dans le journal des diplômés.

Bureau des étudiants internationaux

Université de Montréal

bei@sae.umontreal.ca

Me suggère d'utiliser le réseau social Facebook.

Association des étudiants haïtiens

Université de Montréal

Raymond Alex Lafontant

ralafontant@yahoo.ca

Courriel désuet.

Regroupement des étudiants haïtiens

École Polytechnique

rehepinfo@gmail.com

Raymond Alex Lafontant, Président

Me promet de diffuser mon avis de recherche dans la *newsletter* du regroupement et sur leur site internet, mais je n'ai pas pu confirmer ces publications.

Instances politiques :

Député de Viau

Emmanuel Dubourg

514-728-2474

Me répond d'aller voir chez les organismes communautaires

Maire d'arrondissement

asamson@ville.montreal.qc.ca

Anie Samson

Courriel sans retour

Consulat général d'Haïti à Montréal

Madame Martineau

info@haiti-montreal.org

514-499-1919

Accepte d'afficher mon annonce au Consulat et de diffuser le message parmi l'équipe, m'offre une salle afin de réaliser mes entrevues si je le souhaite.

Associations/Communautaire :

Y des femmes de Montréal

Érika Alnéus

Ealneus@ydesfemmesmtl.org

Retour téléphonique, m'offre son aide, est elle-même Haïtienne.

Kouzin Kouzin

Joelle Mansuy

kouzinkouzin@bellnet.ca

514-376-1845

Diffuse le message dans l'organisme et dans son entourage.

Maison d'Haïti
 Madame Dauphin
mhaiti@mhaiti.org
 514-326-3022

Visite sur place pour recrutement. Affichage de l'annonce. Aucune retombée.

Union des Haïtiens du Québec de la Rive-Sud de Montréal
 Pascal Jean Baptiste
 Mauvais courriel, mauvais numéros, boîte vocale pleine.

Association des ingénieurs et scientifiques haïtiano-canadiens
 514-327-7555
aihc@videotron.ca
 Envoi sans retour.

Association des travailleurs/euses haïtiens au Canada-ATTHAC
 Mauvais courriel.

Conseil national des citoyens et citoyennes d'origine haïtienne (CONACOH)
 Richard Daniel, coordonateur au CONACO
 514-849-1482
info@conacoh.ca
 Me conseille pour mon recrutement.

Bureau de la communauté haïtienne de Montréal
 Elisabeth Rampy Ouellette, Coordonnatrice responsable
 514-725-9508
coordination@bchm.ca

On prend rendez-vous pour que je discute avec l'équipe, mais une fois sur les lieux, je constate qu'ils n'ont pas lu l'objet de ma recherche et que je n'ai pas le droit de parler aux employés qui travaillent. Sans résultat.

Association des enseignants et des enseignantes haïtiens au Québec
 514-273-6236
 Sans réponse.

Alliance théâtrale haïtienne (ATHA)

Victor Éternel

allianceth@hotmail.com

Envoi sans retour.

Association des Haïtiens de Montréal

514-335-6453

Sans réponse.

La perle retrouvée, Association culturelle haïtienne

514-722-2477

laperleretrouvee@hotmail.com

Pas intéressé à m'aider.

Jeune chambre de commerce haïtienne – Alimage

514-383-7191

info@jcch.ca

Courriel sans retour.

Regroupement des organismes canado-haïtiens pour le développement (ROCAHD)

514-271-2075

Sans réponse.

La maison de la famille de Saint-Michel

Donald Médy

514-955-3717

Plusieurs messages à la réceptionniste, sans retour.

Association canadienne des chrétiens d'origine haïtienne à Montréal (ACCOHAM)

514-645-0320

Sans réponse.

Association des retraités/ées d'origine haïtienne du Québec et du Canada

514-322-2314

Sans réponse.

Association haïtiano-canado-qubécoise d'aide aux démunis
514-852-1011
Sans réponse.

Centre communautaire aidons-nous (CCAN)
514-722-5131
Mauvais numéro.

Carrefour le Moutier
Madeleine Lagarde
450-679-7111
info@carrefourmoutier.org
La réceptionniste ne voit pas l'intérêt de m'aider, la personne responsable est en vacances.

Centre Sino-Québec de la Rive-Sud
450-445-6666
csqrs@qc.aira.com
Leur clientèle est plutôt d'origine chinoise.

Ressource St-Jean Vianney
450-646-8690
ressources@cooptel.qc.ca
Pas de réponse.

Services de formation aux immigrants en Montérégie
450-926-2550
info@sfim.qc.ca
Mon message sera fait à la coordonnatrice. Sans suivi.

Vision Inter-cultures
Norma Miranda
450-928-2917
vision1@bellnet.ca
Dit ne pas pouvoir m'aider.

CDCLongueuil-Corporation de développement communautaire de Longueuil

450-677-6421

info@cdclongueuil.org

Me réfère ailleurs.

NA Rive

Ninette Piou

514-278-2157

info@centrenarive.com

Courriel sans réponse. Message à la réceptionniste sans retour.

Maison internationale de la Rive-Sud

450-445-8777

Me réfère à l'Union des Haïtiens de la Rive-Sud, organisme dont toutes les coordonnées sont désuètes.

Taxis :

Taxi Hochelaga

Info@taxihochelaga.com

Envoi de courriel sans retour

Taxi Champlain

Directors@taxichamplain.qc.ca

Envoi de courriel sans retour

Taxi Diamond

Isabelle Rostand, service à la clientèle

514-273-1725 #224

Irostand@taxidiamond.com

Me suggère la maison d'Haïti.

Appendice D

Texte de la publicité radiophonique diffusée sur les ondes de CPAM (1610 AM)

Publicité de 30 secondes diffusée sur les ondes de CPAM (1610AM) afin de recruter les sujets de l'échantillon :

« Vous souhaitez faire avancer la recherche scientifique sur les medias ethniques et l'insertion ? Voici une chance unique de vous impliquer ! Mon nom est Marie-Hélène. Je suis étudiante à l'UQTR et je réalise actuellement mon mémoire de maitrise. Je cherche une douzaine d'immigrants haïtiens arrivés au Québec depuis moins de dix ans et qui écoutent régulièrement CPAM, avec qui je réaliserai une entrevue confidentielle. Vous répondez aux critères ? Appelez CPAM au 514-287-1288 et laissez-nous vos coordonnées. Ne manquez pas cette chance de participer à l'avancement de la recherche en science sociale! »

Appendice E

Portrait des participants présenté individuellement
et détails relatifs au contact de chacun d'eux

Sujet 1 : Le premier candidat participant est un homme de 62 ans, marié, qui est chauffeur de taxi. Le revenu annuel de son foyer se situe entre 30 000 et 40 000 \$. Ils sont trois à habiter sous le même toit. Le dernier niveau de scolarité atteint serait l'équivalent d'un secondaire 5. Il est arrivé au Québec en 1981, à l'âge de 33 ans, ce qui lui fait 29 ans au Québec. L'entrevue a eu lieu au téléphone, le dimanche 19 septembre 2010 à 18h30. Le sujet 1 s'est manifesté suite à l'entrevue que j'ai réalisée à CPAM. Je l'ai rappelé, mais quand il a su que c'était une heure au téléphone, il n'était plus intéressé. Je l'ai rappelé pour lui dire que même si ça ne faisait pas moins de 10 ans qu'il était ici, il pouvait participer à la recherche et que j'offrais 15 \$ aux participants. Il a refusé l'argent et a affirmé que pour CPAM, il ferait tout, dont me donner une entrevue. On prend donc rendez-vous. Je l'appelle, il se réveille. Je le rappelle sur son téléphone de maison. On fait l'entrevue sans problèmes particuliers. À certains moments, il est distrait par un enfant qui veut entrer dans la pièce où il se trouve. Tout au long de l'entrevue, il ne dit pas qu'il est chauffeur de taxi, il dit « dans mon métier ». Il hésite à me le dire textuellement quand vient le temps des questions sociodémographiques et tient à dire qu'il est propriétaire de son taxi. Avant de commencer l'entrevue, il me demande si je suis haïtienne. Il trouve que j'ai l'accent.

Sujet 2 : Le second candidat participant est un homme ayant plus de 50 ans. Il n'a pas voulu me dire son âge exact. Il est célibataire, vit seul et a revenu annuel de 60 000\$. L'entrevue s'est déroulée le lundi 20 septembre à 14h au téléphone. Il m'appelle suite à l'entrevue que j'ai réalisée à CPAM, prétextant que je parlais tellement bien qu'il fallait qu'il m'appelle. Il possède un diplôme d'études collégiales spécialisé et me précise qu'il a entamé plusieurs certificats non-achevés. Il est éducateur spécialisé. Il est arrivé au Québec en 1974, probablement pendant la vingtaine, puisqu'il habite le pays depuis 36 ans. Il me réfère à son frère pour le recrutement des participants.

Sujet 3 : Le troisième candidat est un homme dans la cinquantaine. Il ne veut pas dire son âge exact. Il nous est référé par un autre des candidats; il est le frère de ce dernier. L'entrevue s'est déroulée le mercredi 22 septembre 2010, au téléphone. Il semble qu'il soit un vrai fan de cette radio ethnique. Je lui laisse un message, il me rappelle, je lui dis que je le rappelle pour un rendez-vous. On se rappelle finalement pour l'entrevue. Il refuse l'argent. La ligne coupe en plein milieu de la conversation. C'est lui qui me rappelle. Il s'agit d'un ex-fonctionnaire marié. Ils sont 4 à habiter le foyer avec un salaire de 130 000\$. Il est au Québec depuis 1976 et détient un certificat de deuxième cycle.

Sujet 4 : Le quatrième participant est un homme de 64 ans. L'entrevue a lieu le 20 octobre 2010 à 15h, au téléphone. Rencontré au gala de CPAM, il attend un ami retardataire et nous remarque en train de recruter des gens. Il se montre intéressé, a pitié de nous parce qu'il se revoit recruter des gens dans son passé et connaît les difficultés. Il est entrepreneur, il possède une compagnie en Haïti pour la canne à sucre. Il ne semblait pas écouter cette radio ethnique depuis longtemps, mais a une opinion intéressante, une opinion d'entrepreneur. Il est marié et a deux enfants. Ils vivent deux avec un salaire de

plus de 50 000 \$. L'homme d'affaire détient un baccalauréat et un début de maîtrise. Il est arrivé au Québec en 1976, à l'âge de 30 ans. Il habite le Québec depuis 34 ans. C'est le seul participant qui précise être intéressé à avoir un retour sur les résultats obtenus à la fin de l'étude.

Sujet 5 : La cinquième participante est une femme de 53 ans. L'entretien a lieu le jeudi 21 octobre 2010 à 19h00, au téléphone. Je la rencontré au gala CPAM et elle se montre intéressée à participer à l'étude. Elle est conjointe de fait, habite avec deux autres personnes avec un salaire se situant entre 20 000 et 30 000 \$. Elle est préposée aux bénéficiaires, aux soins à domicile, pour des personnes âgées. Le dernier niveau de scolarité atteint est le secondaire 3, en Haïti. Elle est arrivée en 1985 à l'âge de 28 ans. Elle habite la Québec depuis 25 ans.

Sujet 6 : La sixième participante est une femme de 43 ans. L'entrevue a lieu le lundi 25 octobre 2010, au téléphone. Elle est rencontrée au gala CPAM. On se parle pendant la sieste des enfants. Elle est éducatrice en milieu familial. Elle semble faire la cuisine pendant l'entretien (bruits de sac, de chaudrons, etc.). Elle est célibataire et quatre personnes vivent dans le foyer. Son revenu annuel du foyer est de 40 000 \$. Le dernier niveau de scolarité atteint est le secondaire 5. Elle est arrivée à l'âge de 23 ans, en 1987 (ces données ne concordent pas avec son âge).

Sujet 7 : La septième participante est une femme de 60 ans. L'entrevue a lieu le mercredi 3 novembre 2010, au téléphone. La candidate est rencontrée au gala CPAM. L'entretien ne dure que 19 minutes. Elle trouve ça trop long et semble plus ou moins intéressée à participer. Elle est mariée, vit avec trois autres personnes et le revenu annuel du foyer est de 20 000\$. Elle a travaillé 35 ans dans un hôtel et est maintenant au chômage. Le dernier niveau de scolarité atteint et le secondaire 3. Elle est arrivée au Québec à 24 ans, en 1974. Elle habite le Québec depuis 36 ans.

Sujet 8 : La huitième participante est une femme de 50 ans. L'entrevue a lieu le samedi 6 novembre 2010 à 11h, au téléphone. La candidate été rencontrée au gala CPAM. Je l'appelle en semaine, le soir. Puis, elle me donne un rendez-vous téléphonique pour le samedi suivant. Elle est séparée. Le revenu annuel du foyer se situe entre 20 000 et 30 000 \$. Elle est éducatrice en garderie et vit avec 2 autres personnes. Elle détient un diplôme d'études collégiales. Elle est arrivée au Québec depuis 28 ans, soit en 1982, à l'âge de 22 ans.

Appendice F

Formulaire de consentement des participants

Formulaire de consentement des participants

Titre du projet : Les perceptions des immigrants haïtiens de première génération sur la contribution de la radio ethnique CPAM (1610 AM) à leur insertion à la société québécoise.

Chercheuse : M.-H. La Mothe, étudiante à la Maîtrise, Dép. d'Études en loisir, culture et tourisme, Université du Québec à Trois-Rivières.

Engagement de la chercheuse

Moi, _____, m'engage à procéder à cette étude conformément à toutes les normes éthiques qui s'appliquent aux projets comportant la participation de sujets humains.

Consentement du participant

Je, _____, confirme avoir lu et compris la lettre d'information au sujet du projet *Les perceptions des immigrants haïtiens de première génération sur la contribution de la radio ethnique CPAM (1610 AM) à leur insertion à la société québécoise*. Je reconnais que le processus de recherche décrit sur le formulaire ci-joint et dont je possède une copie m'a été expliqué et qu'on a répondu à toutes mes questions à ma satisfaction. Je comprends la nature de ma participation à l'étude ainsi que les inconvénients. Je consens à être enregistré(e) durant ma participation à cette étude. On m'a assuré(e) que les données recueillies lors de l'entretien seront gardées confidentielles et qu'aucune donnée recueillie ne révélera mon identité sans mon consentement. Je comprends que je suis libre de me retirer de l'étude en tout temps.

Par la présente, je consens de manière libre et éclairée à participer à l'étude.

Participant ou participant	Chercheuse
Signature :	Signature :
Nom :	Nom :
Date :	Date :

Si vous avez des questions, vous pouvez communiquer par téléphone avec Marie-Hélène La Mothe au 450-670-7597.

Appendice G

Lettre d'information

LETTRE D'INFORMATION

Invitation à participer à un projet de recherche

Titre du projet : Les perceptions des immigrants haïtiens de première génération sur la contribution de la radio ethnique CPAM (1610 AM) à leur insertion à la société québécoise.

Chercheuses : M.-H. La Mothe, étudiante à la Maîtrise, Dép. d'Études en loisir, culture et tourisme, Université du Québec à Trois-Rivières.

M. Paquin, Ph.D., professeure régulière, Dép. d'Études en loisir, culture et tourisme, Université du Québec à Trois-Rivières.

Votre participation à la présente recherche, qui vise à mieux connaître et comprendre la contribution de CPAM (1610 AM) à l'insertion des immigrants haïtiens de première génération à la société québécoise, serait grandement appréciée. Cette lettre d'information vise à vous aider à déterminer exactement ce qu'implique votre participation à la recherche et à prendre une décision libre et éclairée à ce sujet. Nous vous demandons de lire attentivement le formulaire de consentement et de ne pas hésiter à poser toutes les questions que vous désirez. Vous pouvez prendre tout le temps dont vous avez besoin avant de prendre votre décision.

But de l'étude

Cette recherche s'inscrit dans le contexte de la hausse des mouvements migratoires et d'affirmation identitaire qui s'ensuivent à l'échelle du globe. Trois réalités rendent pertinente la réalisation de cette recherche, soit la hausse constante de l'immigration au Québec, les difficultés d'insertion à la société d'accueil et le délaissement des médias nationaux non représentatifs du paysage multiethnique du Québec vers des médias alternatifs, dont ceux de type ethnique. L'insertion des communautés visées étant au cœur de la mission de ce type de média, nous avons choisi de nous pencher sur le cas de la communauté haïtienne et du média ethnique radiophonique CPAM (1610 AM), afin de répondre à la question suivante : « De quelles manières la radio ethnique CPAM (1610 AM) contribue-t-elle, selon les immigrants haïtiens de la région de Montréal, à

leur insertion à la société québécoise ? ». Pour ce faire, des entretiens téléphoniques semi-dirigés seront effectués auprès d'immigrants haïtiens de première génération. Le but de cette étude consiste à mieux connaître et comprendre, selon les perceptions des immigrants haïtiens de première génération, la contribution de la radio ethnique CPAM (1610 AM) à leur insertion à la société québécoise.

Déroulement de l'étude

Votre participation à ce projet de recherche consiste à réaliser un entretien téléphonique enregistré sur bande audio d'une durée maximale d'une heure (60 mns.) en compagnie de la chercheuse, au cours duquel seront abordés des thèmes et sous-thèmes en lien avec la contribution que la radio ethnique CPAM (1610 AM) à votre insertion à la société québécoise. L'entretien aura lieu à la journée et à l'heure de votre convenance, entre les mois de juin et d'octobre 2010.

Conditions de participation

Pour participer à cette étude, vous devez répondre aux conditions suivantes : être un immigrant haïtien de première génération, être auditeur de CPAM (1610 AM), être âgé de dix-huit ans et plus, habiter la région métropolitaine de Montréal, détenir le statut de résident permanent ou de citoyen canadien et avoir immigré au Québec depuis moins de dix ans.

Avantage potentiel

Il n'y a pas de bénéfice particulier à la participation à cette étude, sinon que de participer à l'avancement de la recherche portant sur la contribution des médias ethniques à l'insertion des immigrants.

Désavantage potentiel

Le seul désavantage de cette étude est le temps que vous lui accorderez, soit environ une heure (60 mns.).

Liberté de participation

Votre participation est libre et volontaire. Vous pouvez décider de vous retirer en tout temps, et ce, sans préjudice et sans avoir à fournir d'explications.

Caractère confidentiel

Votre anonymat sera sauvegardé et toute l'information obtenue au cours de la collecte de données restera confidentielle. Grâce à l'utilisation de codes numériques, il sera impossible de vous identifier personnellement. Seuls des tableaux présentant les résultats globaux de l'étude seront produits et diffusés. Les données recueillies par cette étude seront conservées dans un classeur sous clé, au domicile de la chercheuse. Tout au long de l'étude et jusqu'à la destruction des éléments confidentiels, des mesures seront prises pour assurer la confidentialité de l'ensemble des participants de l'étude.

Compensation

Aucune compensation n'est offerte pour la participation à cette étude.

Responsabilité des chercheurs

En signant ce formulaire de consentement, vous ne renoncez à aucun de vos droits prévus par la loi.

Questions sur l'étude

Pour toute information ou question au sujet de l'étude, vous pouvez contacter en tout temps Marie-Hélène La Mothe au 450-670-7597 ou par courriel au marie-helene.lamoth@uqtr.ca.

Question ou plainte concernant l'éthique de la recherche

Cette recherche est approuvée par le comité d'éthique de la recherche avec des êtres humains de l'Université du Québec à Trois-Rivières, pour laquelle un certificat portant le numéro CER-10-158-06.15 a été émis le 29 juin 2010. Pour toute question ou plainte d'ordre éthique concernant cette recherche, vous devez communiquer avec la secrétaire du comité d'éthique de la recherche de l'Université du Québec à Trois-Rivières, Mme Martine Tremblay, par téléphone (819) 376-5011, poste 2136 ou par courriel au CEREH@uqtr.ca.

Signature _____

Signature _____

